РУССКИЙ ЮВЕЛИР

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ НОЯБРЬ/2008 (8)

Ювелирные игры с орнаментом

Антикризисная нейрохирургия

Изумрудная скрижаль

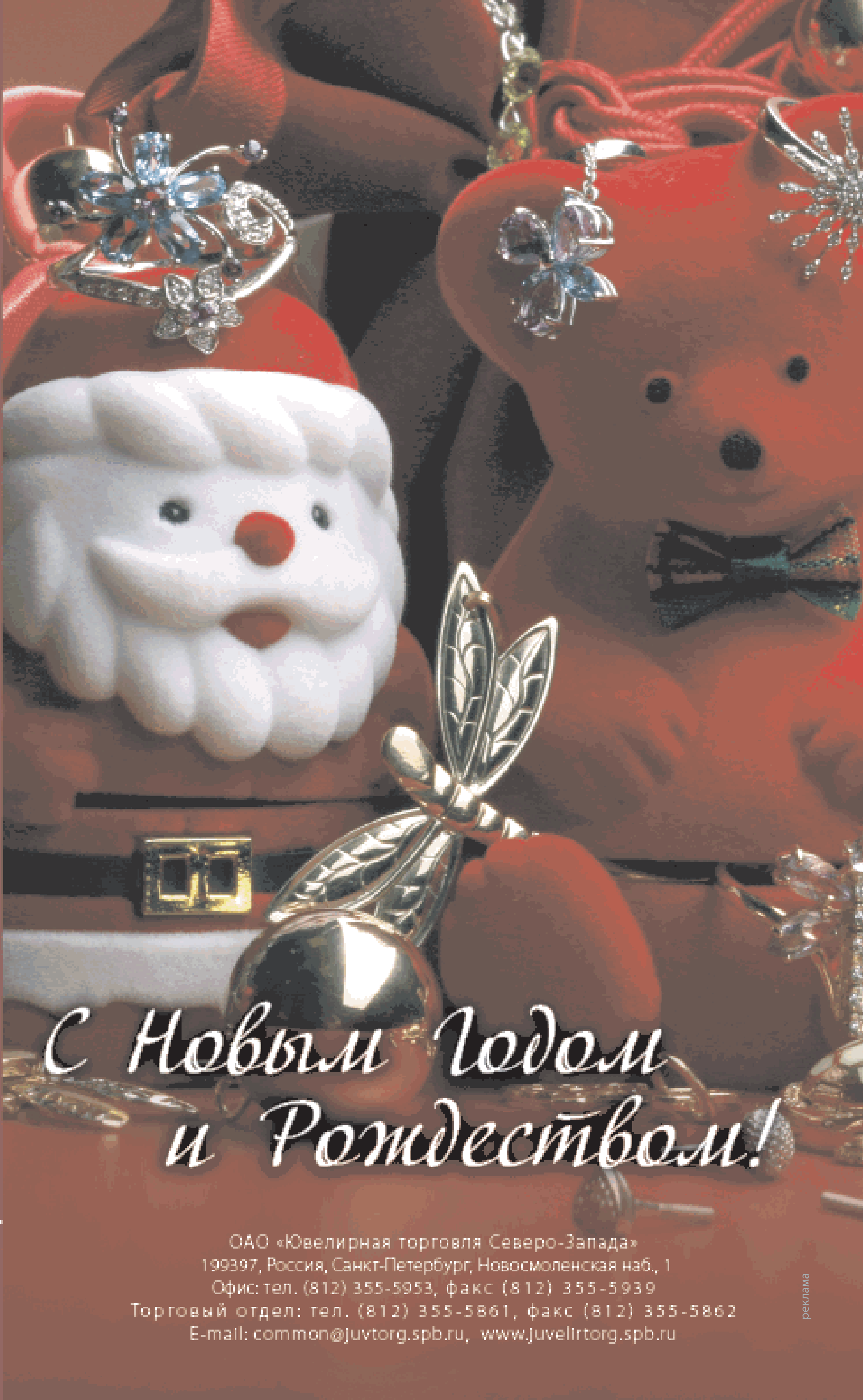
Является ли «чистое» золото действительно чистым?

ISSN 1810-7311

ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД
ПЛАТИНА
WWW.PLATINA-KOSTROMA.RU

ЮВЕЛИРТОРГ

основан в 1936 году



обложка

Ювелирный завод «Платина»
157940 Костромская область,
пос. Красное-на-Волге, ул. Островского, д. 26
105082 Москва, ул. Большая почтовая, д. 18
Тел.: (49432) 3-10-10, 3-18-18,
(495) 632-26-83, 632-27-04
Факс (49432) 3-10-12
E-mail: plat@kosnet.ru, platina_sales@kosnet.ru
www.platina-kostroma.ru

24

НОВОСТИ

6 Ноябрьский дневник

СОБЫТИЯ

10 Алмазный венец России

64 Скрипка Ротшильда в дар Эрмитажу

ВЫСТАВКИ

16 Итоги 10-й выставки «Московский часовой салон — 2008»

22 Расширяя горизонты бизнеса

23 Презентация Kadloo

КОНКУРС

24 Ювелирные игры с орнаментом

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

28 Ювелирный марафон Веры Поволоцкой

30 Erayo

34 Место встречи — Мюнхен

45 №1 в России!

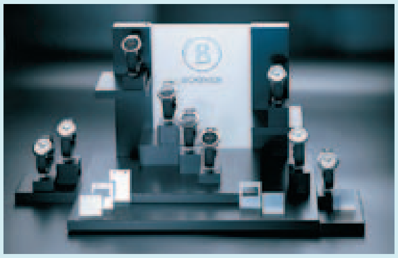
ЧАСЫ

56 Искусство швейцарских эмальеров

ПАРАДОКС представляет:

KLING THE EUROPEAN DISPLAY COMPANY

- Демонстрационное оборудование
- Упаковка
- Витринное оборудование



реклама

ПАРАДОКС®

197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
Тел. (812) 230 3048, ф. 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
Тел./факс: (495) 781-43-43, 911-61-11, 778-56-87
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин

1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru

редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог
Михаил Чижов

дизайн и верстка
ООО «РА «Русский Ювелир», Екатерина Калинина

фото
фотостудия ООО «РА «Русский Ювелир»

рисунки
Екатерина Калинина

корректор
Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Стандецкая — advert@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (901) 510-20-19, +7 (903) 599-59-97
e-mail: info@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ
199034, Санкт-Петербург, В.О., 16 линия, д. 7, оф. 59.
Тел./факс (812) 328-0551/61, 327-7565
www.russianjeweller.ru
e-mail: info@russianjeweller.ru

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ
Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ
Марина Лопато
Владимир Матвеев
Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА
«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 8, 2008 год

ТИРАЖ 6000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации № П 1891. Выдано 31 января 2000 года Северо-Западным региональным управлением Государственного комитета Российской Федерации по печати (г. СПб)

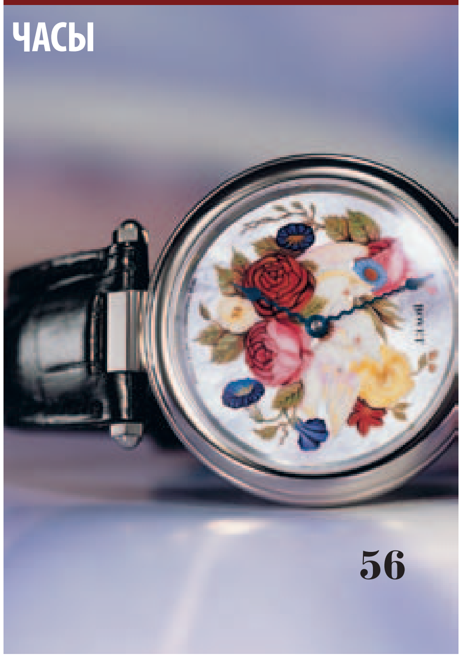
ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются.
Свободная цена

Журнал «Русский Ювелир» — официальный информационный партнер Гильдии ювелиров России

материал номера



ЧАСЫ

56 Искусство швейцарских эмальеров

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

38 «Пустота» на вес золота

42 Антикризисная нейрохирургия: ювелирная операция на HR- бюджетах

62 Лиможские эмали

66 Так хочется индивидуальности, красоты, безукоризненного качества и мастерства!

ГЕММОЛОГИЯ

46 Изумрудная скрижаль

52 Зеленый клад

ЮВЕЛИРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

68 Является ли «чистое» золото действительно чистым?

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

83 С днем рождения!

АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ювелирная компания
Нам 15 лет!
Центральный офис:
129301, Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2
(495) 956-89-89/98
info@almaz-holding.ru
www.almaz-holding.ru
реклама

ПОСТАНОВЛЕНИЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

№ 841 от 10 ноября 2008 года

О ТАМОЖЕННОМ РЕЖИМЕ ПЕРЕРАБОТКИ ВНЕ ТАМОЖЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ ИЛИ МЕТАЛЛОВ, ИМЕЮЩИХ ПОКРЫТИЕ ИЗ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ

В соответствии с пунктом 4 статьи 198 Таможенного кодекса Российской Федерации Правительство Российской Федерации постановляет:

1. Установить, что не допускается помещение под таможенный режим переработки вне таможенной территории Российской Федерации драгоценных металлов или металлов, имеющих покрытие из драгоценных металлов, в случае изготовления ювелирных изделий, изделий золотых и серебряных дел мастеров, а также других изделий и их частей из драгоценных металлов или металлов, имеющих покрытие из драгоценных металлов, согласно приложению.
2. Настоящее постановление вступает в силу по истечении 90 дней после официального опубликования.

Председатель Правительства
Российской Федерации В. Путин

Приложение
к постановлению Правительства РФ
от 10 ноября 2008 г. N 841

Перечень
драгоценных металлов и металлов, имеющих покрытие из драгоценных металлов, помещение которых под таможенный режим переработки вне таможенной территории Российской Федерации не допускается

Краткое наименование товара	Код ТН ВЭД	Примечание
Драгоценные металлы или металлы, имеющие покрытие из драгоценных металлов	7106 7107 00 000 0 7108 7109 00 000 0 7110 7111 00 000 0	В случае изготовления ювелирных изделий, изделий золотых и серебряных дел мастеров, других изделий и их частей (коды ТН ВЭД России 7113, 7114,9003 19 100 0, 9021 29 000 0*, 9101**, 9102**, 9103**, 9105**, 9111**, 9112**, 9113 10 100 0, 9608 10 300 0, 9608 39 100 0) из драгоценных металлов или из металлов, имеющих покрытие из драгоценных металлов

Примечания:
* Только из драгоценных металлов или катаных драгоценных металлов.
** Только из драгоценных металлов со вставками из драгоценных камней.

ЮВЕЛИРНЫЙ ПРАЗДНИК В «КРОКУС ЭКСПО»

23 октября 2008 года в Международном выставочном центре «Крокус Экспо» распахнула свои двери для специалистов и посетителей 3-я Международная выставка ювелирного и декоративно-прикладного искусства «Золотой глобус».

В церемонии открытия выставки приняли участие известная актриса Олеся Судзиловская, председатель совета Гильдии ювелиров России Александр Иванюк, генеральный директор НП «Русская гильдия содействия ювелирной торговле» Ярослав Молчанов, президент Ассоциации поставщиков товаров и услуг для ювелирной отрасли Игорь Журавлев, председатель жюри конкурса «Золотой глобус» Инна Гончарова, директор дома-интерната для детей-инвалидов Галина Михайличенко, первый заместитель директора МВЦ «Крокус Экспо» Аркадий Злотников и директор выставки «Золотой глобус» Нани Аджимамудова.

По словам первого заместителя директора МВЦ «Крокус Экспо» Аркадия Злотникова, «ставшая уже традиционной выставка обретает новые формы. Проект «Золотой глобус» с 2009 года перерастет в крупнейшую Всероссийскую ювелирную выставку с международным участием, что уже подтверждено документально. Заключено пятилетнее соглашение о сотрудничестве между Ассоциацией «Гильдия ювелиров России» и МВЦ «Крокус Экспо». Для удобства экспонентов это крупномасштабное событие будет проводиться ежегодно в сентябре, начиная со следующего года». Стратегическое сотрудничество между главной национальной отраслевой ассоциацией ювелиров и ведущим выставочным центром

страны приносит плоды: на следующую ювелирную выставку в «Крокус Экспо» уже сейчас забронированы площади, превышающие экспозицию 2008 года.

DIAMOND STREET НА EXTRAVAGANZA: БЛЕСК И РОСКОШЬ ЮВЕЛИРНЫХ ДОМОВ

24 октября 2008 года всемирно известная выставка роскошного образа жизни Extravaganza вновь представила публике легендарный хит — ювелирный проект «Алмазная улица — Diamond Street», объединяющий лучшие российские ювелирные бренды класса luxe. На прекрасно выполненном стенде в стиле класси-

цизма российские и зарубежные ювелирные дома показали свои лучшие коллекции haute joaillerie — золотой фонд современного ювелирного искусства. Как всегда, огромным спросом пользовались драгоценности от компании YURA, основатель которой владеет уникальной технологией — редкие драгоценные камни соединяются в ультрасовременные украшения без какой-либо видимой основы. Мастера компании «Золотой Екатеринбург» используют в своих изделиях самоцветы оригинальной огранки, уникальной цветовой гаммы и чистоты. На стенде были представлены настоящие сокровища из снов, воплощенных в реальность. Ювелирный Дом (Екатеринбург) организовал авангардный показ под названием «Uvelir.com» совместно с эпатажным художником и шоуменом Андреем Бартеневым. Для костромской компании «Золотое яблоко» экспозиция была дебютом на выставке роскоши. Огромный интерес посетителей вызвали изготовленные мастерами предприятия кольца ручной работы, украшенные уникальными камнями.

Одно их них украшал второй в мире по величине 28-каратный морганит идеальной чистоты без вкраплений. Ювелирный Дом «ОФИР» представил на «Diamond street» несколько коллекций. Это, конечно же, дорогая классика представительского уровня с драгоценными камнями, камнями фантазийной огранки и цветности, с океаническим жемчугом. Компания также продемонстрировала публике уникальных кукол с ювелирными украшениями. Петр I и Екатерина I предстали во всем императорском блеске, рожденном фантазией известной художницы — кукольника Натальи Побединой.

И наконец, в конце вечера, на традиционный торт от Diamond Street, изготовленный кондитером ресторана-музея «Красная площадь», собралась изысканная гламурная публика. Настоящий шик заключался в том, что внутри вкуснейшего лакомства находился бриллиант весом 0,57 ct высокой чистоты, цвета «шампань». Камень является копией редчайшего камня весом в 16,61 ct, имеющего 89 граней, ограненного мастерами производственного объединения «Кристалл», г. Смоленск, за несколько дней до выставки!

КОРОЛЕВСКИЙ КОМПЬЮТЕР

Джейк фон Слатт, создатель проекта The

Steampunk Workshop, создал компьютер в викторианском стиле.

Стимпанк — подвид фантастики, действие которого происходит в мире, где главенствуют технологии

паровых машин, заменивших электронику и описывающий общество, соответствующее викторианскому.

Компьютер сделан из старого деревянного настенного шкафчика, алюминиевых пластин, бронзовых элементов и обычной «начинки» современных компьютеров, которая спрятана за

24-дюймовым монитором. Жаль только, что его нигде невозможно купить.

SteampunkWorkshop.com

ЕСТЬ У ЮВЕЛИРОВ ОРДЕНА!

Мемориальный фонд Карла Фаберже совместно с журналами «Русский Ювелир», «Антикварное Обозрение» и «Графо-Платинум» учредили общественный орден имени выдающегося русского художника — камнереза и ювелира Алексея Козьмича Денисова-Уральского (1864 – 1926). Идея ордена принадлежит В. В. Скурлову, проект разработал Заслуженный художник РФ Б. Н. Харитонов.

Знак ордена представляет собой серебряный крест. В лопастях креста нефритовые накладки. А на вершине креста романовский грифон держит в лапе герб Санкт-Петербурга. Орден носят на шее, на шелковой ленте аметистового цвета. Как известно, аметист — камень Уральских гор.

20 октября 2008 года в Москве В. В. Скурлов вручил орден А. К. Денисова-Уральского генеральному директору Русского Национального Музея Александру Николаевичу Иванову. Вместе с орденом

вручено удостоверение, подписанное Татьяной Федоровной Фаберже (председатель комиссии по награждению), Валентином Скурловым, Владимиром Пилюшиным и Леонидом Салминым.

А. Н. Иванов награжден орденом Алексея Козьмича Денисова-Уральского «за выдающиеся заслуги в деле коллекционирования русского искусства и активную деятельность по пропаганде творчества великих русских ювелиров и камнерезов».

В соответствии со статусом кавалера ордена А. Н. Иванову присваивается звание «Заслуженный деятель камнерезного искусства».

Поздравляем г-на Иванова и желаем дальнейших достижений на ниве служения российского камнерезно-ювелирного искусства!

АССАМБЛЕЯ ЮВЕЛИРОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

30 октября партнерство «Ассамблея Ювелиров Санкт-Петербурга» отпраздновало свою седьмую годовщину.

Семь лет — хоть и не громкий юбилей, но цифра символическая, и для партнерства это уже серьезный рубеж.

Среди почетных гостей вечера был заместитель директора департамента по работе с членами Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты. Дипломов Торгово-промышленной палаты удостоились компании, работающие на ювелирном рынке уже более 10 лет и недавно отметившие свои юбилеи: ООО «ЮЗ «Альфа», ЗАО «Каст», ОАО «Ювелирная Торговля Северо-Запада».

Кроме того, важным событием, приуроченным к празднованию седьмой годовщины Ассамблеи, стало вручение благодарностей от комитета по внешним связям Правительства Санкт-Петербурга. Комитет отметил заслуги членов партнерства в деле создания положительного имиджа Санкт-Петербурга за пределами России.

Ассамблея как профессиональный клуб и крупнейшее региональное общественное объединение ювелирной отрасли — это пример культуры деловых и партнерских отношений, честной конкуренции и искреннего объединения с целью решения общих проблем.

Остается пожелать партнерству еще много лет успешной работы и развития!

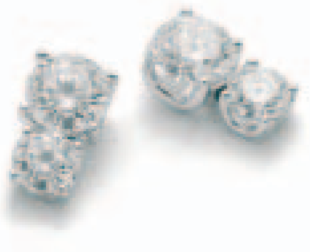
---

100 — СИМВОЛ СОВЕРШЕНСТВА

…и символ нескончаемых граней личности Роберто Коина, одного из ведущих законодателей моды. Маэстро не устает искать пути к свободе и наслаждению, отдавая царству украшений всю свою душу. Беспрестанно играя с цветом, меняя направление моды и постоянно обновляя свои коллекции, он всегда остается верен своему принципу индивидуальности — «искусству быть разным».

Высокое мастерство настоящего знатока огранки способно раскрыть подлинную красоту бриллианта. Фирменный бриллиант Cento в новой коллекции мастера имеет 100 граней и на сегодняшний день является уникальнейшим и неповторимым бриллиантом, издали поражающим своим огнем.

Одним словом: 100% Bellissimo.

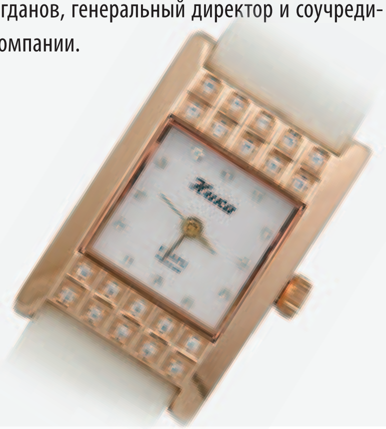


ПЕРВЫЙ ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН «НИКИ»

15 ноября 2008 года состоялось официальное открытие первого фирменного розничного магазина при Часовом заводе «Ника».

Возможность воочию увидеть полный ассортимент часов марки «Ника», который на сегодняшний момент насчитывает более 820 вариантов комплектации, — главное преимущество магазина. Ещё одна особенность — расположенный в этом же магазине центр гарантийного и сервисного обслуживанию часов — «Ника-Сервис».

«Мы выходим на рынок ритейла. Это совершенно новый уровень для нас. Это новая возможность стать ближе к людям, которые покупают и носят часы «Ника», отработать технологии розничной торговли, провести исследования покупательской активности и спроса на модели наших часов. Это наш первый магазин. Но этот опыт поможет нам в будущем создать полноценную сеть фирменных магазинов нового формата, идеи которого витают в «Нике» уже давно. Кроме того, этот магазин станет для нас самих чем-то вроде полигона для отработки навыков торговли, мерчандайзинга и трейд-маркетинга. Мы запускаем серию обучающих тренингов и презентаций для наших партнеров и продавцов ювелирных часов «Ника». И мы уверены, что собственный опыт розничной торговли поможет нам лучше понимать потребности наших партнеров», — поделился мнением Алексей Богданов, генеральный директор и соучредитель компании.



ДА ЧАСЫ ЛИ ЭТО?

Перед Новым годом время не летит, не мчится — оно просто исчезает, стремительно и бесповоротно. Мы за 1–2 месяца стараемся выполнить то, что уже давно было в планах. Может быть, поэтому в нашем номере так много материалов о часах. Это не специально, просто скоро Новый год.

Немецкая компания LACO by Lacher основана Фридой Лачер и Людвигом Хаммелем в 1925 году. За это время шесть поколений часовщиков создавали разнообразные оригинальные модели классических, спортивных, карманных часов. Как в те времена, так и теперь каждая модель тщательно прорабатывается и доводится до совершенства. И за каждой моделью стоит неповторимая идея. Представляем вам серию ABACUS. Это часы. Для того чтобы научиться пользоваться этим чудом технической мысли и понимать, сколько же сейчас времени, необходимо как минимум 5–6 раз ответить на вопрос: «Который час?».

Алмазный венец России

Что такое Якутия для тех, кто никогда там не был? Суровая земля с «полюсом холода» Северного полушария в Оймяконе, где в январе столбик термометра опускается ниже 50 градусов. Чуть более трех тысяч квадратных километров, на которых разместилось всего десять небольших городов, зато нагорья, леса, леса — бескрайние, нехоженые, занимают большую часть территории, красивые, говорят, глаз не оторвать.

Еще — знаменитые сибирские реки, уж Лену и Колыму знают, наверное, абсолютно все. Место ссылки политзаключенных. Сплав леса, деревообрабатывающие заводы. Пушной промысел. Лесные заимки, где двери закрывают лишь на щеколду — от зверья, а для любого путника заботливо оставлены спички, чай, солонина (неужели это правда?). Оленеводство. Вилюйская ГЭС. И конечно же, полезные ископаемые — уголь, руды цветных металлов, газ. Золото. Алмазы.

Что такое Якутия для тех, кто хоть однажды там побывал? Край, куда потом тянет вернуться снова и снова. Неожиданно яркие, чистые краски природы. Трогательно гостеприимные люди с азиатскими лицами и — по традиции — старинными русскими именами. Бережно сохраняемые история и культура народа с самоназванием саха, племена которого появились на этой земле еще в X веке. Торжество красоты.

Передается из уст в уста такое сказание народа саха. Давным-давно в зимнюю стужу пролетал над Якутией Бог, держал мешок с драгоценностями, которые собирался поровну рассыпать по Земле. Но слишком злой была стужа, замерзли его руки и выронил он мешок. Рассыпались сияющие камни по высоким горам, бескрайней тундре, заснеженным долинам. До сих пор люди находят их, а сама Якутия — как шкатулка с драгоценностями России...

28 сентября Якутия (Республика Саха) отметила очень важный для себя юбилей — 20-летие ювелирной промышленности. Именно в этот день в 1988 году был подписан Приказ Министерства цветных металлов СССР о передаче ювелирного цеха в Якутске в ведение производственного объединения «Якутзолото». Так небольшой цех по выпуску серебряных изделий стал ювелирным заводом, которому есть чем сегодня гордиться. Так Якутия, «сидящая на золоте», но не ставшая от этого богаче, остававшаяся лишь сырьевым придатком, «валютным цехом страны», вспомнила мастерство предков, традиции народа, искусно работавшего по металлу (правда, якуты всегда предпочитали золоту серебро).

Но о ювелирном заводе и развитии ювелирной промышленности Республики Саха — чуть погодя. Юбилейные торжества, проведенные на правительственном уровне, начались 26 сентября с уникальной выставки-ярмарки «Достижения ювелирной промышленности Республики Саха (Якутия)». Развернулась она в центре Якутска, в торговых рядах «Кружало», где воссоздан кусочек истории города: деревянные здания, торговые ряды с подходами для груженных товаром судов, предметы быта XVI века... Именно здесь 15 ведущих предприятий ювелирной промышленности представили продукцию своих мастеров, каждое изделие — настоящее произведение искусства.

За два дня работы выставки, которую посетили сотни горожан и гостей Якутска, было реализовано ювелирных изделий на сумму свыше трех миллионов рублей! Вот вам и мировой финансовый кризис. Впрочем, это вполне логично: в экономически нестабильное

Герой Социалистического труда Тарас Десяткин, министр промышленности РС (Я) Алексей Голубенко, генеральный директор ОАО «Золото Якутии» Александр Федоров

Выставка «К 20–летию ювелирной промышленности Республики Саха (Якутия)»

время люди поступают мудро и дальновидно, вкладывая средства в материальные вечные ценности. Таковыми испокон веку считаются драгоценности, золото и бриллианты. Якутяне — люди практичные, и многие воспользовались представившейся возможностью.

Разумеется, в работе ярмарки и последовавших за этим юбилейных мероприятиях приняли участие все ювелирные компании и предприятия Якутии. Сегодня в республике действуют четыре крупных предприятия: ОАО «Золото Якутии», ООО «Сахаювелир», ООО «Драгоценности Якутии» и ОАО «Алданзолото». На их долю приходится более 90 процентов всей производимой в республике ювелирной продукции. Ежегодно растет число мелких и средних производителей ювелирных изделий, сегодня зарегистрировано больше 50 ювелирных мастерских и около 130 индивидуальных предпринимателей. И, поверьте, каждому мастеру было что выложить на витрину. Поэтому в «Кружало» два дня царила и правила красота, а посетители торговых рядов восхищенно замирали, часто испытывая бескорыстное восхищение произведениями ювелиров.

В рамках юбилейных торжеств было проведено заседание «круглого стола» «Проблемы и перспективы ювелирной отрасли» с участием руководителей ювелирных, гранильных предприятий, директоров региональных институтов, первого заместителя начальника отдела алмазообрабатывающей и ювелирной промышленности Якутии Натальи Ивановны Вихоревой. Почетными гостями на этом мероприятии были директор журнала «Навигатор ювелирной торговли» Оксана Сенаторова и редактор журнала «Русский Ювелир» Татьяна Самойлова.

На заседании было отмечено, что за сравнительно небольшой промежуток времени ювелирная промышленность Республики Саха (Якутия) достигла впечатляющих успехов, заслужила любовь и доверие к качеству своей продукции не только у ценителей ювелирных украшений России, но и у зарубежных почитателей и экспертов. За 20 лет ювелирной отраслью республики было перечислено налогов (по ориентировочным расчетным данным) более двух миллиардов рублей. Из них за период с 2002 по 2007 год — около одного миллиарда. Вообще же производство ювелирных изделий в Якутии за это время выросло в 1,5 раза, а их реализацией занимаются сегодня 270 торговых точек, в том числе в Москве и Санкт-Петербурге.

Ювелирная промышленность Якутии — это одна из отраслей хозяйства Российской Федерации, которая сегодня способна наращивать производство и экспортировать за рубеж уже не сырье, а готовую продукцию с конечной добавленной стоимостью. Причем, как отметил в своем выступлении министр промышленности РС (Я) Алексей Владимирович Голубенко, развитие местной ювелирной промышленности является закономерным продолжением добычи алмазов, драгоценных металлов, производства бриллиантов. Здесь в соответствии с ведомственной целевой программой — государственные задания, план и его выполнение, а часто перевыполнение (в план включены и мастера-надомники), отчеты, статистика. Многие ли ювелирные предприятия страны могут сегодня похвастать этим?

По итогам 2007 года ювелирами маленькой северной республики перечислено в бюджет 126 миллионов рублей и получена прибыль в объеме более 75 миллионов рублей. Ожидаемый выпуск ювелирной продукции в 2008 году — 900 миллионов рублей (показатель за восемь месяцев текущего года — 658,7 миллиона рублей, что уже составило 141 процент от плана).

В этой связи за «круглым столом» обсуждались и проблемы золотодобывающей и перерабатывающей промышленности — отсо-

Главный приз конкурса «Мисс Якутия – 2008» — эксклюзивное колье от «Золота Якутии» Прекрасное колье «Флорея», созданное мастером-ювелиром Василием Игнатьевым специально для победительницы конкурса «Мисс Якутия — 2008», стоимостью 270 тысяч рублей, нашло свою хозяйку — обладательницей стала Яна-Мария Ирназарова. Эксклюзивное украшение сделано из золота 750 пробы, его украшают 198 хризолитов, 114 цитринов, 52 жемчужины, общий вес колье 133 грамма. Вручали главный приз директор ювелирного завода Айсен Евгеньевич Никитин и лица «Золота Якутии» Сардана Сыромятникова («Вице-Мисс Россия — 2006»), Татьяна Никитина («Мисс Азия и Океания — 2003»).

вершенствования законодательства в этой области до создания особых экономических зон. Конечная цель этого — создание лучших условий для развития конкурентоспособного в мировом масштабе производства бриллиантов и ювелирных изделий. А это — снижение уровня безработицы в Якутии, увеличение доходной части ее бюджета, повышение уровня инвестиций. Словом, учитывая огромное влияние ювелирной отрасли на все сферы жизни Якутии, участники «круглого стола» пришли к единодушному выводу: необходимо и дальше всячески поддерживать местных производителей ювелирной промышленности.

Национальное достояние республики

Главным «именинником» этого якутского юбилея по праву стал Тарас Гаврилович Десяткин, основатель ювелирной промышленности республики, бессменный член совета директоров компании, Почетный президент ОАО «Золото Якутии», Почетный житель Республики Саха. Его жизнь проста и прочно связана с родной землей, с родным народом. Рано оставшийся без матери мальчик, выросший практически на улице довоенного Якутска, без особого контроля и заботы занятого работой отца, он был очень восприимчив к наукам. А еще — с благодарностью принимал участие любого неравнодушного человека — от школьного учителя до поселенца-еврея, отсидевшего срок по делу о врачах-убийцах и избавившего его, подростка, от мучительного заикания.

В 1951 году Тарас Гаврилович с отличием окончил Магаданский горный техникум. Через два года экстерном — Ленинградский горный институт. Трудился на угольной шахте в Пермской области, пока не дорос до должности главного инженера рудника. В 1956-м назначен главным инженером управления топливной промышленности Якутской АССР, и больше с Якутией он не расставался, биография — как ступеньки лестницы, все вверх и вверх, должности и правительственные награды: заместитель директора объединения «Якуталмаз», начальник объединения «Якутзолото». В перечислении пунктов автобиографии — все гладко и просто. На самом деле — десятки и сотни боев, которые пришлось принять рядовому партии, генералу производства.

— Тарас Гаврилович, неужели же ювелирному делу в Якутии действительно только двадцать лет? — спросили мы.

Вот его высказывания, прямые и меткие, которые, как мне кажется, прекрасно отражают суть происходящего, а кроме того, лучше любых биографов рассказывают о самом Тарасе Гавриловиче.

— На самом деле первый ювелирный цех был создан еще в 1975 году, но занимался он только производством украшений из серебра. Якуты издавна настороженно относились к золоту, ассоциируя его с кровью и насилием. А потом — и это главная причина — в советские годы золото и алмазы были стратегическим сырьем, свободного оборота их не было, все добытое уходило в центр, на местах оставалось только немного серебра.

Во все времена у нашего народа была тяга к изящному, к красоте. Наши прабабушки когда-то надевали на себя ювелирные украшения, вес которых достигал пуда. Они хо-

Тарасу Гавриловичу Десяткину подарили якутский национальный костюм …

Александр Федоров, Наталья Федорова, Тарас Десяткин

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
Ювелир-3
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
5–15 декабря 2008 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ», организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782, http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-Весна
27 февраля–7 марта 2009 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-22
15-23 мая 2009 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
Ювелир-2009
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
4-12 сентября 2009 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru

реклама

дить сами не могли под такой тяжестью, их на лошадь сажали два здоровых молодца!

Когда решили открыть ювелирный завод на базе цеха — а в нем трудилось не более десятка человек, — то кадры набирали в двадцати семи улусах из числа талантливой молодежи. От каждого улуса по два-три человека стали мастерами нашего завода. Ну, завод — это громко сказано о предприятии того года. Под него отдали старую заброшенную котельную.

Настоящее развитие ювелирной промышленности началось с перестройки. А после, к сожалению, пошел процесс необдуманной приватизации отрасли. Тогда крепкое объединение «Якутзолото» раздробилось на несколько предприятий. При этом была утеряна инфраструктура, сопровождающая промышленность: транспортные предприятия, проектный институт, социальные объекты.

На моих глазах прошел бесчеловечный эксперимент по акционированию и раздроблению золотой отрасли с последующим банкротством и эвакуацией тысяч людей из заполярных приисков, — рассказывал Десяткин. — Помню, когда я отстаивал целостность Якутзолота, меня клеймили как «консерватора», «защитника административно-командной системы». Однако скоро поборники «самостоятельности», побросав свои умершие предприятия, разъехались по стране. Теперь я отстаиваю и буду отстаивать права республики на законную часть отчислений от алмазов, даже если у меня появится ярлык «сепаратиста».

Объединение «Якутзолото» только в Якутске построило здание Правительства Республики, магазин «Детский мир», плавательный бассейн, больницу на шестьдесят пять коек, поликлинику, Дворец спорта, три завода, детский комбинат, четырнадцать многоквартирных домов. Список можно продолжать еще и еще.

Недавно было объявлено о слиянии ОАО «Золото Якутии» и ИФ «СахаИнвест». Зачем это нужно? Чем грозит такое слияние лидеру ювелирной промышленности Республики Саха и Дальнего Востока? Тарас Гаврилович Десяткин грустно улыбается:

— Только у нас в России так не любят ювелиров! При продаже золота с производителей ювелирных изделий продолжают взимать НДС! Душат и другие налоги. Порой приходится платить до девяноста процентов от получаемой прибыли. Нам в последнее время остро не хватало оборотных средств. О каком дальнейшем развитии при этом могла идти речь?

Нужна была мощная финансовая поддержка. В такой ситуации в 2007 году объединение с инвестиционной фирмой «СахаИнвест» во главе с Александром Афанасьевичем Федоровым — генеральным директором ОАО ИА «СахаИнвест» стало вполне логичным.

Наши компании уже пятнадцать лет работают на рынке, мы пережили смутные времена, сумели выстоять и заработали репутацию надежных партнеров. Полагаю, что слияние наших компаний образует мощный многопрофильный холдинг, возможности которого позволят воплотить в жизнь даже самые смелые проекты.

«Консерватор» и «сепаратист», Герой Социалистического Труда, кавалер многих орденов, Тарас Гаврилович начал когда-то с главного — с обучения молодежи ювелирному мастерству. Посылал своих работников в США и в Италию, в Израиль и в Грецию. Так что сегодняшние аплодисменты им — это еще и признание их компетентности, эрудиции, художественного вкуса, а не только навыков хороших ремесленников.

Одним из самых приятных моментов празднования юбилея было награждение лучших работников ювелирной промышленности. Главному технологу ОАО «Золото Якутии» Л. Л. Витковской присвоено звание Заслуженный работник народного хозяйства Республики Саха (Якутия); ведущий специалист — нормировщик планово-экономического отдела Г. Г. Кошеварова награждена знаком отличия «Гражданская доблесть»; Грамотой Президента РС (Я) отмечен слесарь-инструментальщик ювелирного завода В. А. Бельтиков.

Почетными грамотами и Благодарственными письмами отмечены лучшие работники ювелирного завода ОАО «Золото Якутии»: контролер ОТК Г. А. Антипина, мастер-ювелир П. И. Стрекаловский.

Благодарностью вице-президента РС (Я) — полировщик художественных изделий П. П. Новгородов, ювелир-монтировщик П. С. Неустроева.

Грамотой Правительства РС (Я) — литейщик художественных изделий М. Д. Касьянов, ювелир-закрепщик Н. В. Филиппов.

Почетными грамотами Министерства промышленности РС (Я) — ювелир-монтировщик Н. Г. Ермолаева, бригадир упаковщиков Д. Н. Филиппов, зам. начальника отдела учета и поставок готовой продукции М. Н. Щукина.

Благодарственными письмами Министерства промышленности РС (Я) — ювелир-модельер С. М. Попов, ювелир-закрепщик А. Е. Павлов, кладовщик В. К. Корнишева.

В день закрытия выставки-ярмарки, 28 сентября, были подведены итоги конкурса среди ювелирных компаний. Уже во второй раз компания «Золото Якутии» стала обладателем главного титула — «Лучший ювелирный бренд Республики Саха (Якутия)».

Наталия Домагальская

РЕСТЭК JUNWEX

Клуб «Российская ювелирная торговля»

РосЮвелирЭксперт

ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ
ЕДИНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА

XVII Форум ювелирной индустрии

ufi Approved Event

РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

JUNWEX

ПЕТЕРБУРГ

Международная научно-техническая конференция
«Ювелирная индустрия: Дизайн. Технологии. Оборудование»

4–8 ФЕВРАЛЯ 2009

ВК «ЛЕНЭКСПО», ГАВАНЬ

реклама

197110, Санкт-Петербург, Петрозаводская ул., д. 12
Тел.: (812) 320-8099, 303-9860. Факс: (812) 320-8090
E-mail: junwex@restec.ru, http://www.restec.ru/junwex, www.rjexpert.ru

Итоги 10-й выставки «Московский часовой салон — 2008»

С 15 по 18 октября в Центре международной торговли на Краснопресненской набережной прошла 10-я юбилейная специализированная выставка часов и часовых аксессуаров «Московский часовой салон». Организатор — ВО «Росинэкс» при поддержке Министерства промышленности и торговли и Торгово-промышленной палаты РФ.

Пережив за эти годы вместе с российской часовой индустрией все взлеты и падения рынка, выставка завоевала статус основной площадки для общения профессионалов российского часового бизнеса — от крупнейших дистрибьюторов до региональных розничных магазинов. Здесь собираются специалисты для того, чтобы познакомиться с новинками мирового рынка, обсудить с коллегами и партнерами насущные вопросы, пополнить багаж своих знаний на семинарах и сформировать ассортимент на следующий год. И состоявшаяся выставка полностью подтвердила свое значение для российского часового рынка.

На торжественной церемонии открытия выставки присутствовали:

— Станислав Александрович Наумов, заместитель министра промышленности и торговли РФ, статс-секретарь;

— Игорь Алексеевич Коротин, директор департамента выставок и ярмарок Торгово-промышленной палаты РФ;

— г-н Даниэль Жирардэ, генеральный директор компании «ЭлПиАй Рус»;

— Людмила Юрьевна Малофеева, вице-президент часовой сети «Консул»;

— Наталья Дмитриевна Прудникова, генеральный директор компании «Росинэкс».

В приветственной речи к участникам выставки Станислав Наумов отметил, что действительно важно в рамках промышленных технологий овладевать квалификацией, связанной с продвижением брендов отечественной продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынке. «Минпромторг обращает пристальное внимание на такую особенность часовой промышленности, как повышенное значение брендинга и дизайна, которые делают продукцию конкурентоспособной», — добавил замминистра.

Кроме того, замглавы Минпромторга подчеркнул, что «часовое производство часто называют сплавом бизнеса и искусства, и в период, когда рынки подвержены серьезным колебаниям экономической природы, становится понятно, что часовое производство должно работать как отлаженный механизм».

Участие в выставке позволяет иностранным компаниям установить контакты с основными игроками часового рынка России. «Приятно, что многие зарубежные производители часов приехали на «Московский часовой салон», потому что это означает, что иностранные компании верят в массовый потребительский спрос в России. Тем самым они ставят оптимистичную оценку перспективам российской экономики», — подчеркнул Станислав Наумов.

Среди участников «Московского часового салона» были практически все ведущие российские дистрибьюторы и производители. Было представлено свыше 150 часовых марок из Дании, Испании, Италии, Германии, ОАЭ, России, США, Франции, Швеции, Швейцарии, Японии. Классические мужские и женские наручные часы, ювелирные и fashion-марки, спортивные и дизайнерские, а также интерьерные модели — все многообразие часов и часовых аксессуаров можно было

увидеть в дни работы выставки. Многие коллекции были показаны в Москве впервые, так как новинки, представленные весной на крупнейших мировых часовых выставках, в Россию поступают именно осенью. Выставка дала отличную возможность посетителям не только увидеть то, что лишь через некоторое время будет представлено на витринах магазинов, но и значительно расширить свое знание о мировом часовом рынке.

И конечно, самым важным показателем успешности выставки стали довольные участники. Адресная работа со специалистами и удачная рекламная кампания позволили привлечь на выставку не только представителей часового бизнеса из многих регионов России, но и конечных потребителей (по результатам регистрации число посетителей выставки увеличилось на 22% по сравнению с 2007 годом).

Новинки выставки

Сюрпризы ждали посетителей выставки повсюду — практически на каждом стенде можно было познакомиться не только с новыми коллекциями, но и с новыми марками. Основной ценовой сегмент представленных брендов — от mass-market до high middle-class. Перечислить все довольно сложно, но стоит отметить следующие компании и марки.

Эксклюзивный дистрибьютор всемирно известных фэшн-брендов компания Time & Technologies представила новые коллекции модных марок. Сверкающий черный куб скрывал за своими гранями витрины с известными каждому моднику именами Moschino, Roberto Cavalli, Just Cavalli, GF Ferre, Valentino, Blumarine, Chronotech, Sector, Philip Watch, Charmex, Kolber, Rochas, Morellato. Среди новинок стоит отметить первую часовую коллекцию модного дома Givenchy — стиль и изящество, присущие этому бренду, в новом воплощении; JLo by Jennifer Lopez — оригинальный дизайн с заводной головкой в форме сердечка, а также с сердечком на секундной стрелке часов и кристаллами Swarovski от знаменитой певицы и актрисы; Breil Milano — довольно крупные и при этом изящные часы, неизменно привлекающие внимание. Воплощение мечты и выражение современного стиля, относящегося к миру роскоши и элегантности. Неслучайно рекламным лицом марки является Шарлиз Терон.

Ювелирная компания «Принцесса», появившаяся на российском рынке всего год назад, представила целых пять новых марок. Коллекции BADEC включают широкий выбор моделей: ювелирные, элегантные, спортивно-элегантные, хронографы, часы, показывающие двойное время, фазы Луны, а также имеющие другие специфические функции. Bombardier — швейцарские хронографы, использующие высокие технологии авиастроения. Milleret — известные в Швейцарии с XIX века ювелирные часы, выполненные в классическом стиле с использованием драгоценных металлов и бриллиантов, а также со-

Time and Technologies: О перспективах развития рынка

Генеральный директор Джордж Кини:

— Эта юбилейная выставка «Московского часового салона» — своеобразный юбилей и для нашей компании: на протяжении десяти лет мы принимаем участие в ее работе. Приобретенный опыт дает возможность утверждать, что сейчас наблюдается динамика развития часового бизнеса. Особенно это заметно, если рассматривать рынок, разделив его на сегменты.

Философия нашей компании — формирование рынка fashion и спортивных часов, которые ранее не выпускались в России. Шесть лет мы занимались серьезной работой развития культуры потребления часов в целом и «воспитания потребителя», формирования потребительского спроса на часы заявленного нами сегмента. Результат порадовал: заметно увеличились и сам сегмент рынка, и продажи на конечных точках.

Сегодня люди уже не рассматривают покупку часов как долгосрочную инвестицию, не передают их по наследству, как было принято еще несколько десятилетий назад. В определенных кругах хорошим тоном считается иметь восемь-десять часов на разные случаи жизни: часы для презентаций, для вечеринок, для занятий спортом и так далее. Все более выраженными с точки зрения дизайна становятся молодежные модели и часы для уже состоявшихся джентльменов и леди. Это говорит о том, что рынок еще не насыщен полностью, что существуют ресурсы для его расширения, а у всех участников часового бизнеса, соответственно, большие перспективы.

Несмотря на нестабильную финансово-экономическую ситуацию как в мире, так, к сожалению, и в России, спрос на часы продолжает расти. Это радует. В рамках выставки «Московский часовой салон — 2008» наша компания представила новые бренды: ANNE KLEIN, BREIL MILANO, GIVENCHY, HUGO BOSS, JLo. Надеемся, они придутся по вкусу покупателям.

четание стали с бриллиантами. CYRIL RATEL — одна из немногих компаний, удостоившихся права ставить «Женевскую печать» («Geneve») — знак качества, присуждаемый Женевской обсерваторией. CHRISTIAN JACQUES — часы низкого ценового сегмента, но с истинно швейцарским качеством от известного швейцарского часового мастера Jean-Paul Luttenauer.

На стенде компании Sky Time можно было увидеть творение немецких часовщиков, один из самых успешных проектов последних десяти лет — наручные часы марки Bruno Sohnle. В соседней витрине, сверкая бриллиантами высшего качества,

расположились женские наручные часы Cristina Design London от английского дизайнера Кристины Хембо. В самих часах, как и в названии, соединились швейцарское качество и английская точность, новаторство современного Лондона, интригующий блеск и красота бриллиантов. Черная сталь, скелетоны, гильоше, аппликатированные индексы, каучук, комбинации золотого и черного, синие вороненые винты — все это было в новинках от швейцарского бренда Epos.

Изящный бело-сиреневый стенд компании Global Trade скромно расположился между двумя соседями. Однако марки, представленные на нем, заставляют учащенно биться сердце любого модника: Versace, Salvatore Ferragamo, Fendi и MOVADO. Особо стоит отметить, что среди выставленных часов Versace была модель из ограниченной серии, представленная в России всего в двух экземплярах, стоимостью около 500 тысяч рублей. Компания Global Trade развивает сеть магазинов швейцарских часов GLAMOUR TIME и сейчас владеет пятью бутиками в центре Москвы и Санкт-Петербурга.

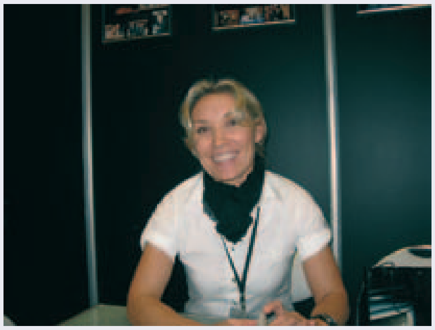
Компания Dimeco Rus (входит в состав группы компаний Weitnauer (Базель, Швейцария), эксклюзивный дистрибьютор часов ведущих швейцарских и европейских производителей, работает на российском рынке недавно. Однако почти все марки, представленные на стенде компании, были новыми для России. Это Luminox — часы американского спецназа с подсветкой, способной работать в течение 25 лет; Swiss Military — законодатель моды среди армейских и спортивных

Dimeco Rus:
Дебютанты со стажем представили широкомасштабный проект

Заместитель генерального директора компании Dimeco Rus Александр Клецов:
— Компания Dimeco Rus впервые участвует в выставке «Московский часовой салон», но она вовсе не новичок в часовом бизнесе. Лично я начал сотрудничать с известными часовыми компаниями в области оптовой и розничной торговли еще в 1991 году. Вообще же, люди, работающие у нас, — профессионалы своего дела, многие имена хорошо известны в мире часовщиков.
Dimeco Rus входит в состав группы компаний Weitnauer (Базель, Швейцария) и является эксклюзивным дистрибьютором часов ведущих швейцарских и других европейских производителей. Среди них такие известные марки, как Swiss Military, Festina, Lotus, TW Steel, Luminox, Moog.
Главной целью нашего участия в выставке стало желание представить специалистам часовой промышленности наш новый проект. Его идея заключается в том, чтобы в рамках одной оптовой компании представить достаточно полную линейку известнейших брендов часов. От дорогих швейцарских до широкого спектра демократичных моделей. Это позволит охватить большой круг потребителей, предоставить им возможность выбора подходящего, отвечающего их индивидуальным требованиям изделия. И одновременно это же позволит наполнить полки розничных часовых магазинов самой разнообразной, но всегда качественной продукцией.
Должен отметить: это первая попытка подобного рода на российском часовом рынке.
Оптовая торговля часами в ценовом диапазоне от 200 до 3000 швейцарских франков — это основное, но не единственное направление нашего бизнеса. Менеджеры компании Dimeco Rus помогают клиентам оптимально сформировать заказ, правильно оформить витрины, они ведут обучение персонала специализированных магазинов. Все это делает наши отношения более прочными и доверительными. Мы верим в успех нового проекта.

От Москвы до Алтая

Президент компании «МОСАЛТ» Елена Измайлова



Компания «МОСАЛТ» на российском рынке уже более 15 лет. Выбор названия компании был обусловлен географической протяженностью деятельности компании по распространению часовой продукции высокого качества. Уже тогда планировалась разработка схем сбыта продукции от Москвы до Алтая. С течением времени накапливался опыт взаимодействия с российскими и иностранными партнерами, тщательно изучались интересы отечественных потребителей, совершенствовались система управления компанией, структура оптового и розничного направления сбыта, уровень обслуживания потребителей. В 1994 году мы заключили договор между компанией «МОСАЛТ» и японской фирмой ORIENT о прямой поставке наручных часов одноименной марки. Впоследствии компания приобрела статус официального дистрибьютора другого крупного производителя часовой продукции Страны восходящего солнца — фирмы Rhythm Watch. Co. Ltd. Расширение направлений деятельности позволило провести реорганизацию и создать группу компаний «МОСАЛТ», у которой два направления деятельности: оптовая торговля и сеть из полутора десятков собственных отделов в крупнейших торговых центрах Москвы. На салоне мы представляем новые коллекции Orient и швейцарские Alfex, а также новое для России имя — BULOVA. Эта интересная и важная работа объединяет любящих свою профессию очень разных людей, которых по праву можно назвать золотым фондом «МОСАЛТа».

часов привлекает все больше и больше поклонников здорового образа жизни; TW Steel — мощный формат (от 37 мм до 50 мм), крепкий вид и оригинальный дизайн марки можно узнать издалека; Moog — режущие глаз блеском и гламуром, пример современной французской моды и дизайна; Lotus — испанский бренд, чьи коллекции модных часов на сегодня являются одними из самых покупаемых в мире (входит в холдинг Festina Group). Спрятавшиеся на витрине внутри стенда часы дизайнерской марки RSW в виде маленького кошелечка или с поворачивающимся корпусом были доступны только внимательным посетителям. Бриллиантам и необычному дизайну соответствовала внушительная стоимость в 500 000 рублей.

Еще один российский дистрибьютор, «Группа «СЛИМ», знакомила посетителей не только с последними коллекциями своих постоянных марок: Appella, F. Gattien, Continental, Cover, — но и с новой швейцарской маркой PILO&Co GENEVE. Часы интересны необычным дизайнерским решением, выполнены в широкой цветовой гамме.

Один из старейших российских дистрибьюторов — группа компаний «МОСАЛТ» — представила новые коллекции Orient и Alfex, а также новое для России имя BULOVA — любимую марку наручных и интерьерных часов не только простых американцев, но и администрации американского президента.

Две новые fashion-марки: Paco Rabanne и Alviero Martini 1A Classe — были представлены на стенде компании «Тонер». Имя известного французского дизайнера Paco Rabanne не нуждается в дополнительном представлении, а основатель итальянской марки Alviero Martini известен как создатель сумок, часов и аксессуаров с топографической тематикой, которые стали одним из атрибутов путешественников по всему миру.

Новая бюджетная марка для молодежи BOCCIA была представлена на стенде компании Orient-Club.

Белоснежный стенд с звездным небом компании MERLION Home Systems (MHS), официального дистрибьютора CITIZEN, как нельзя лучше соответствовал представленным на нем высокотехнологичным часам одной из крупнейших мировых марок.

На стенде «Группы «Август» посетителей ожидали новая швейцарская марка часов для активных людей, в равной степени ценящих надежность и стиль — Burett и новые коллекции Casio и HAAS& Cie.

Компания «Стиль Тайм», один из крупных российских дистрибьюторов, знакомила посетителей выставки с новыми коллекциями своих постоянных марок: бижутерными часами-украшениями Le Chic, швейцарскими наручными часами Adriatica, ювелирной маркой Ernest Borel, интерьерными Mado и Zero Branko, а также с двумя новыми марками Geiger и Sauvage.

Новая на российском часовом рынке компания FASHION CAT презентовала на выставке испанскую марку ARMAND BASI, впервые запущенную в рамках Barcelona Fashion Week в сентябре 2002 года. Игра с сочетанием цветов и смешением текстур, использование асимметричных циферблатов и оригинальных кор-

пусов создает замечательный стильный коктейль.

«Северная часовая компания» познакомила посетителей выставки с новой датской часовой маркой Skagen. Инновационный дизайн часов создавался под влиянием географических и природных особенностей местности. Являются официальными часами датской королевской семьи, а также всех дипломатических работников Дании.

Компания Axcent of Scandinavia представила VIP-линейку своей марки под названием Jet Set.

Российские производители

Представленная на выставке продукция российских производителей была достойна самого пристального внимания. Так, стильный черный стенд часового завода «Мак-Тайм» был все время полон посетителей. Особый интерес вызывала коллекция золотых эксклюзивных часов класса «люкс» Radonej. Уникальный дизайн, великолепие механизмов в виде «скелетонов», драгоценные металлы и камни (бриллианты, рубины, сапфиры), использование восстановленной заводом техники «горячей эмали» — все это делает Radonej великолепным ювелирным подарком.

Стильный и лаконичный стенд производителя ювелирных часов компании «Ника» был расположен на одной из центральных площадок выставки. Выставленный в витринах стенда полный модельный ряд часов под торговой маркой «Ника» предлагал заинтересованным посетителям получить представление о тенденциях развития марки.

Торговый центр «Слава» представлял обновленные коллекции мужских часов «Слава», Petroff и «СССР», а также серию женских часов «Глория» с разноцветными: голубыми, розовыми и бежевыми — перламутровыми циферблатами.

Празднующий в этом году десятый день рождения Торговый дом «Полет» представил новые коллекции своих часов: изящную женскую линию Charm, мужские «Русское время» и Pilot Time. В экспозиции была также представлена коллекция вновь входящих в моду карманных часов. Эти изящные модели со скелетонами, безусловно, приятно небрежно вынимать из жилетного кармашка.

Завод «Мак-Тайм»: Мастера высочайшего класса

Руководитель направления эксклюзивных часов Владимир Иванович Зинкевич:

— Наш завод, я считаю, единственный в стране, выпускающий часы, начиная от изготовления механизмов и заканчивая дизайном. Ювелирные часы, к примеру, завод производит на базе механизма хронографа, изготовленного нами же. Более того, все необходимые для работы инструменты и оснащение мы тоже делаем сами!

Я руковожу цехом, в котором трудится творческая группа из четырех человек. Каждый из них с отличием окончил училище имени К. Фаберже. Каждый обладает своим неповторимым стилем, особой манерой и огромным желанием работать.

Мы выполняем много индивидуальных заказов. Идеи дизайна иной раз рождаются совершенно неожиданно. Прочитанная книга, рассказ сослуживца, отпускные впечатления — все это может найти выражение в творчестве. Например, недавно я прочел заинтересовавший меня материал о витрувианском человеке (рисунок Леонардо да Винчи, изображающий обнаженную фигуру человека с раскинутыми руками и ногами, вписанную в круг, так называемая идеальная пропорция). Прочел и понял, что должен сделать такие часы. Мы трудились над ними четыре месяца, испытали массу положительных эмоций от самого процесса творчества. Новую модель представили на выставке в Базеле. Итальянцев, видевших эти часы, поразило, почему подобная идея не пришла в голову им.

Работаем мы также и с горячими эмалями. Их сейчас используют в основном в ювелирном производстве, а ведь в эпоху Фаберже часто делали циферблаты часов с эмалью! Такой циферблат практически вечен, яркость и свежесть красок не меняются с годами. А современные эмали позволяют еще и расширить цветовую гамму. Сочетание пяти-восьми цветов эмали и драгоценных камней превращают часы в яркий, модный аксессуар, пользующийся у женщин неизменным спросом.

На выставке мы представляем ряд своих работ, которые демонстрируют мастерство нашей команды. Среди них часы с бриллиантами, рубинами и сапфирами, часы с циферблатами, выпиленными из чистого золота («Охотничий пир», «Пчелка», «Роза ветров»). Наши покупатели сразу выделяют эмоциональные модели, те, в которые вложена душа.

Я горжусь своей командой, своими ребятами, которые делают только по-настоящему красивые вещи.

Компания Romanoff, также отмечающая 10-летний юбилей, представила обновленные коллекции женских часов «Элита», «Классика», «Фьюжн», «Гламур» и «Элеганс», а также обновленную коллекцию «Империя» — модели «Москва-Кремль», «Петр I» и Romanoff, выпущенные специально к 10-летнему юбилею марки Romanoff.

Новые коллекции, которые увидят свет в 2009 году, представлял производитель эксклюзивных коллекционных часов — компания DENISSOV. Абсолютно новые спортивные модели по достоинству оценят любители активного образа жизни, уверенные в себе люди, готовые быть разными и не боящиеся экспериментировать!

Программа

Насыщенная деловая программа выставки была ориентирована на специалистов часовой индустрии и включала в себя проведение семинаров и презентаций ча-

совых марок. Среди наиболее интересных можно отметить следующие.

Огромный интерес вызвал семинар «Композиционная выкладка в часовом магазине», который проводила Наталья Назарова, директор по развитию компании «Авторские часы Maxim Nazarov». Популярность этой темы была настолько велика, что за несколько дней до открытия выставки организаторы были вынуждены закрыть предварительную регистрацию на участие в нем. Не меньший интерес вызвал и еще один семинар Натальи Назаровой — «Мерчандайзинг. Работа над ошибками».

Несколько семинаров было посвящено вопросами рекламы и маркетинга в часовом бизнесе. Так, на семинаре «Комплексные медийные решения в продвижении часов и ювелирных украшений», который вела Татьяна Лунина — директор по развитию и PR интернет-портала «Русская ювелирная сеть», слушатели узнали об особенностях и тонкостях использования Интернета для продвижения часовых марок. На семинаре «Перекрестный маркетинг, или Новые возможности в продвижении товаров» Марина Кудрина, директор Центра коммуникационных технологий «Проект Имидж», рассказала слушателям о технологиях комплексного использования рекламных и маркетинговых инструментов.

Директор звукозаписывающей компании «СаундСервис» Георгий Минеджян рассказал слушателям семинара «Формирование коммерчески эффективной звуковой атмосферы в торговых помещениях, звуковая поддержка бренда» о дополнительных возможностях поддержания имиджа и формирования лояльности клиентов.

И конечно, немало заинтересованных слушателей приняли участие еще в одном семинаре Марины Кудриной на тему «Развитие, мотивация персонала. Механизмы и инструменты управления».

«Полет»: Широкий ассортимент и высокое качество — дань традициям

Галина Владленовна Невзорова

— Марка часов «Полет», которая дала название вашей компании, была хорошо известна и в СССР, и за рубежом и служила гарантией качества механизма.

— Наша компания и образована в 2002 году на базе Первого московского часового завода «Полет». Но годом своего рождения мы все же считаем 1930-й, дату образования завода.

— Расскажите, пожалуйста, о втором рождении вашего предприятия.

— В 1990-е годы на российский рынок хлынули часы из Китая, Японии, Кореи. «Полет», «Чайка», Ракета», «Слава» уступили свои позиции, продавались очень плохо, вдруг оказавшись «немодными» или слишком дорогими по сравнению с некоторыми часами-однодневками. Но мы решили: надо продавать свои часы, нельзя так вот просто отказаться от наработанного несколькими поколениями опыта.
Коллектив нашей компании — это не только единомышленники, но и высокие профессионалы, бывшие сотрудники Первого московского часового завода. Мы знаем все нюансы производства, поэтому и за качество отвечаем.

— А продукция — по-прежнему механические часы?

— Не только. Мы используем российские механизмы — механизмы «Полета», хронографы «Мак-Тайм». Но на производстве мы проверяем и источники питания для кварцевых часов. Наши женские кварцевые часы оснащены швейцарскими и японскими механизмами. Особые требования предъявляем к водонепроницаемости часов.
В ассортименте производимых компанией изделий — коллекция карманных часов (они снова вошли в моду), много сложных часов, скелетонов.

— Изменился и внешний вид ваших изделий...

— Безусловно, это требование времени. Особенное внимание мы уделяем покрытию. В основном используем позолоту, красное и желтое золото. Ряд изделий выполняем из хромированной стали. Наши часы активно продаются не только в часовых, но и в ювелирных магазинах. Мы будем стараться сохранять и развивать эту тенденцию — представление своей продукции в ювелирных салонах.

— Вы не новички на выставке, представляете свою продукцию уже в десятый раз. Что на стендах сегодня?

— Мужские часы «Пилот-тайм» — молодежные, спортивного направления. И еще — коллекция женских часов «Шарм».

— Приятно удивляет и демократичность цен на вашу продукцию.

— Их диапазон колеблется от тысячи пятисот до пяти тысяч рублей. Изделия во многом благодаря этому активно продаются не только в столице, но и в регионах. Розничную сеть мы поддерживаем через дилеров, снабженных и каталогами нашей продукции, и буклетами, и дисплеями, и специальными подставками для выкладки товаров. Сильная команда профессионалов позволяет нам занимать лидирующие позиции. За нами — история и традиции, в этом огромная сила.

Второй год подряд участвовала в салоне компания «Ника» — российский производитель золотых и серебряных часов. Как рассказал нам генеральный директор Торгового дома «Ника» Алексей Богданов, выход на часовой рынок — следующий этап развития компании.

Расширяя горизонты бизнеса

— Это вовсе не означает, что мы отказываемся от участия в ювелирных выставках и форумах и от работы в уже завоеванном нами сегменте на рынке золотых и серебряных часов. Это значит, что мы хотим развиваться не только как ювелирная компания, но и как часовая. Мы понимаем, что часовой рынок ждет от «Ники», как и от любого нового участника, не только изысканного дизайна, но и нового слова в технологиях и часовой инженерной мысли. Участие в «Московском часовом салоне» стало для нас новым стимулом к профессиональному росту, — отметил представитель компании «Ника».

Каким будет это «новое слово в технологиях», увидим совсем скоро. Алексей Богданов рассказал, что сейчас в «Нике» работают над новыми проектами и уже к сентябрю 2009 года планируют дополнить привычную линейку кварцевых часов ювелирными механическими часами с автоподзаводом. По его словам, «Ника» сохранит в производстве механических часов свое ноу-хау — технологию «корпус в корпусе», позволяющую добиться таких качеств, как пыле- и влагоустойчивость.

Сегодня «Ника» для многих своих партнеров — торговых сетей и ювелирных салонов — синоним современных дизайнерских решений и новаторства. Причем дух компании чувствуется не только в часах марки «Ника», но и в целом в работе. На «Московском часовом салоне» стенд компании «Ника» привлекал внимание посетителей своим стилем.

Однако в отличие от ювелирных выставок, где «Ника» вела активную оптовую торговлю своими часами, в рамках «Московского часового салона» компания решала иные задачи. Как рассказал генеральный директор Торгового дома «Ника», от формата «ювелирного супермаркета», поразившего всех посетителей и участников сентябрьской выставки «ЮВЕЛИР-2008», компания «Ника» не отказывается.

— Участвуя в выставке «Московский часовой салон», мы изначально ставили перед собой иные задачи — не продажу наших часов, а представление марки, знакомство с участниками и потенциальными партнерами. Намеченные цели были достигнуты. За дни работы на «Московском часовом салоне» мы провели переговоры с ключевыми игроками часового рынка, обсудили перспективы сотрудничества, — пояснил Алексей Богданов.

Стенд «Ники» был расположен на одной из центральных площадок. Это также отразилось на популярности и высоком уровне посещаемости стенда. На витринах стенда был представлен практически полный ассортиментный ряд часов марки «Ника». Партнеров компании и коллег по часовой отрасли приятно удивило разнообразие часов «Ника» — более 820 вариантов комплектации, и это без учета ремешков. Посетители и участники выставки отметили, что видят за «Никой» большое будущее в плане освоения часового рынка и завоевания симпатии потребителей не только в нашей стране, но и за рубежом.

Презентация Kadloo

В 2008 году немецкая часовая марка KADLOO, производитель одних из наиболее высококачественных и надежных наручных часов спортивной эпохи, представила россиянам несколько своих коллекций, таких как Ocean и Sphere, Scubmarine и Aviation, Mission и Professional Diver.

Официальным представителем изделий часового бренда KADLOO на территории России стала компания «Парадокс», осуществляющая также эксклюзивное производство специальных часовых шкатулок, футляров и продажу боксов с автоподзаводом, предназначенных для хранения автоматических часов.

Часы KADLOO на протяжении многих лет оснащаются прекрасно зарекомендовавшими себя в часовом производстве швейцарскими механизмами ETA с автоматическим заводом и создаются с учетом всех современных технологий, позволяющих достигнуть превосходной герметичности корпусов (водозащищенность всех часов KADLOO очень высока, она составляет 200 м), а также высшей степени устойчивости часовых механизмов к различным условиям эксплуатации, в том числе неизбежным встряскам, ударам и возможным перепадам окружающей температуры.

Превосходные мужские, женские и унисекс-модели часов марки KADLOO, предназначенные для смелых и энергичных людей, ведущих спортивный образ жизни, представляют интерес для самого широкого круга любителей качественной часовой техники, включая авторитетных профессионалов. Техническое оснащение моделей, применение современных материалов, классическая подача часовых функций плюс великолепное немецкое качество сборки — все это, по мнению мировых экспертов, выгодно отличает KADLOO от других спортивных часов middle-класса.

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
тел./ факс: (495) 781 43 43, 911 61 11
e-mail: moscow@paradox.spb.ru
197046, Санкт-Петербург,
ул. М. Посадская, д. 5
тел. (812) 230 30 48
факс (812) 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru
www.paradox.spb.ru

Ювелирные игры с орнаментом

В октябре в Санкт-Петербурге прошел VIII Международный форум ювелирного искусства, в рамках которого состоялся конкурс молодых дизайнеров ювелирных украшений «Образ и Форма». Основные события Форума по традиции развернулись в Российском Этнографическом музее.

В роскошном Мраморном зале состоялось финальное шоу и вручение наград победителям, в этом же пространстве была организована экспозиция работ участников конкурса, в конференц-зале работал Международный симпозиум «Ювелирное искусство и ювелирный бизнес» с лекциями и мастер-классами ведущих российских и зарубежных искусствоведов, художников, педагогов. Специальные сообщения и мастер-классы были посвященны на этот раз теме палладия. Концентрация такого количества событий в одном месте сделала Этнографический музей на несколько дней центром притяжения для профессионалов и любителей ювелирного искусства.

Тема конкурса этого года — «Игра орнамента», открывающая широкий простор для творческого воображения художника. В пресс-релизе молодым ювелирам было предложено «...играть с формами разных эпох... с цветом, плоскостью, объемом... модулями, разнообразными фактурами и материалами, чтобы создать состояние присутствия орнамента в современном украшении XXI века...». При этом предлагать на конкурс можно было как готовое изделие, так и макет, эскиз на бумаге, компьютерный проект. А поскольку конкурс с самого начала ориентирован на развитие двух направлений в художественной деятельности молодых дизайнеров: авторское творчество и работа для ювелирного производства, — то соответственно сохранились и номинации «Фантазия» и «Производство».

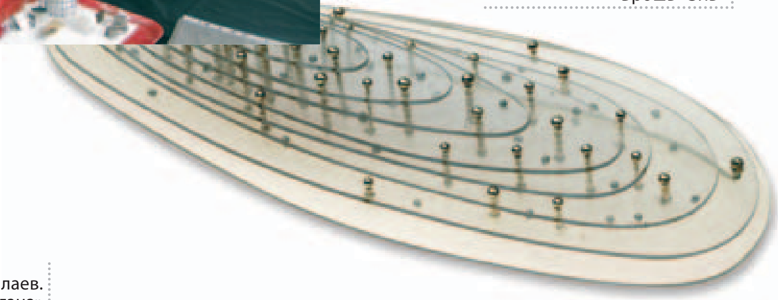
Что интересного предложили молодые на этот раз? Сохранил ли конкурс для них свою значимость? Оценивая событие в целом, на последний вопрос я бы ответила утвердительно. Пока «Образ и Форма» остается самым масштабным и профессиональным конкурсом молодых ювелиров, хотя в этом году число участников и работ все же сократилось. Возможно, это связано с начавшимся кризисом и формированием новой ситуации в отечественном ювелирном мире, элементарной дороговизной билетов на проезд, может быть, и какие-то моменты в организации конкурса не устраивают ювелиров. Так или иначе, на конкурс было представлено около 200 работ, из них жюри отобрало в финал 19 коллекций, оценивая прежде всего креативность ответа на тему «Игра орнамента».

Katarzyna Kiek-Kuborek.
Колье «Box — the present for you»

Самое интересное воплощение этой идеи они отметили в номинации «Фантазия», где оказалось много достойных претендентов на награды, причем как в старшей возрастной категории — до 40 лет, так и среди молодых дизайнеров (14–18 лет). Среди взрослых участников это А. Анисин (Санкт-Петербург), А. Дзалаев (г. Владикавказ) и Р. Гриценко (Санкт-Петербург), занявшие соответственно первые три места. Каждый из этих мастеров образно и индивидуально интерпретировал тему орнамента: А. Анисин выстроил из модулей прихотливо изогнутую архитектоничную брошь «Путь звезды» в духе эпохи минимализма, А. Дзалаев изящно «упрятал» и зарифмовал в модули музыку — кольцо «Звуки органа», Р. Гриценко сделал замысловатое кольцо в виде миниатюрного ткацкого станка, прядущего орнамент из шелковых нитей. Неплохой

Марк Балдин.
Подвеска «Причина времени»
и брошь «Звезда»

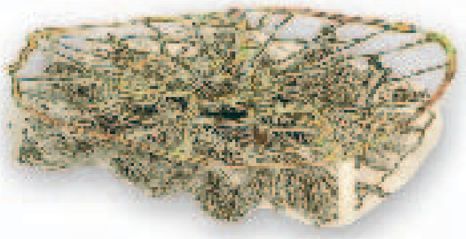
Ирина Гресс.
«Не берись за тяжелую
индустрию»



Анна Дерябина.
Брошь «Эль»

Альберт Дзалаев.
«Звуки органа»

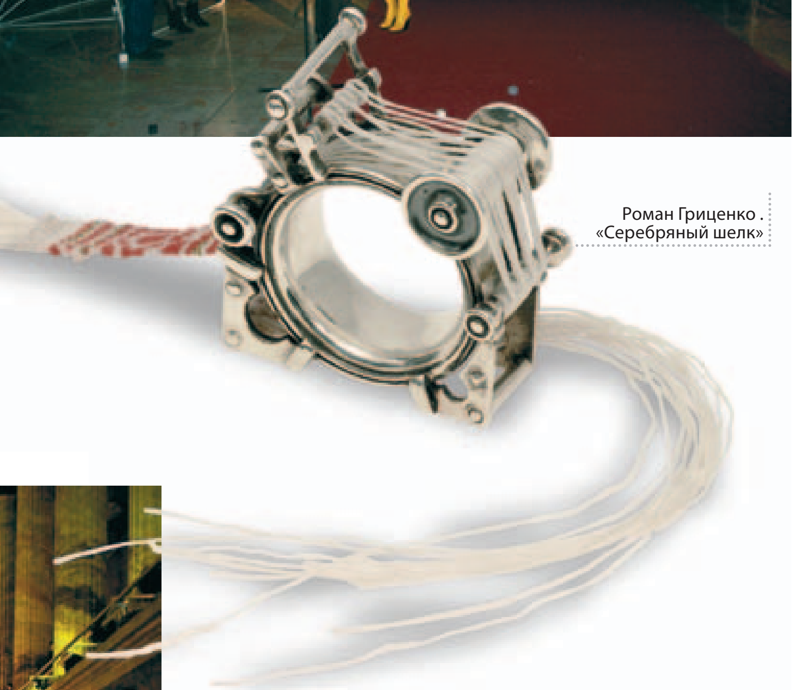
Алиса Андриянец-Буйко.
«Дороги, которые мы выбираем»



Андрей Анисин.
«Путь звезды»

Alberto Galeazzo.
Брошь «Composition»

Мария Клюева.
Кольцо «Баланс»



Роман Гриценко .
«Серебряный шелк»

Светлана Абрамова.
«El tiempo es mio»

уровень показали и молодые мастера из Петербурга — А. Давыденко, Е. Снесарь и Vladi Gambato из Италии, получившая второе место за колье «Red Black».

Сильнее чем обычно оказалась на этот раз номинация «Производство», где жюри единодушно отдало первое место замечательному ювелиру из Новосибирска М. Балдину, интеллектуально и пластически выразительно «шифрующему» в своих работах сложные смыслы бытия и мироздания. Вновь интересно заявила о себе школа Шаронова из Тольятти, получившая второе место за кольца «El Tiempo Es Mio» С. Абрамовой, эффектно соединившей металл с эмалью.

А вот эскизно-проектная часть конкурса, увы, вновь была представлена немногочисленными предложениями. Судя по всему, работа кистью и карандашом все менее привлекает молодых ювелиров, а проектирование на компьютере они только начинают осваивать. Из выполненных в программе 3D самыми профессиональными были признаны проекты С. Каткова и И. Ван-Зама «1000 и 1» и Ю. Борзенко — гарнитур «Масленица». Из эскизов на бумаге специальным дипломом была отмечена коллекция колец А. Дерябиной (Санкт-Петербург) для воспроизводства в палладии. Но жюри она покорила более всего макетом броши «Эль» — объемная модульная конструкция из пластика, чистая и выразительная по архитектонике. Она чуть недотянула до Гран-при... В результате обсуждения жюри его получил другой дизайнер — И. Грасс (Санкт-Петербург) за комплект брошей и колец из бумаги «Не берись за тяжелую индустрию». Симптоматично, что уже во второй раз, хотя и не без жарких споров, жюри выбирает на главный приз макет, а не готовое изделие, оценивая прежде всего его новаторскую идею. Да, в композиции И. Грасс есть нетривиальный подход к решению темы орнамента, грамотно найдены общие пропорции композиции, ее ритм, удачно расставлены цветовые акценты. И все же не оставляет сомнения, что Гран-при — это что-то большее...

Несколько слов о специальных призах. Один из них получила А. Анриянец-Буйко (Санкт-Петербург) за остроумно решенную тему «Рим», предложенную Диего Перкоси Папи. В основе ее проекта — идея пазла: разрезанная на части карта Рима, трансформировавшаяся в объемные броши, предполагающие как самостоятельное, так и совместное существование в пространстве человеческого тела. Кстати, игра с формой, техниками, пространством, игра в трансформеры вновь оказалась важной составляющей многих конкурсных работ. Эти игры рождали неожиданные эффекты, меняли смысл и эмоциональное восприятие работы, как, например, в вещах А. Засеева (г. Владикавказ), М. Клюевой (г. Тольятти), О. Голощаповой Санкт-Петербург), Е. Снесарь.

Следующий конкурс «Образ и Форма» планируется провести через год. Учитывая последствия мирового экономического кризиса, очень хочется, чтобы он состоялся, прежде всего потому, что он важен для молодых ювелиров. Он дает им шанс профессионального общения, получения новой информации, возможность реально оценить свои успехи (или неудачи), наконец, получить ценные призы, среди которых — поездки за рубеж, дорогостоящее оборудование, роскошные камни. А поскольку этот конкурс свободен от завязок на коммерческие выставки, нам он дает возможность поразмышлять о природе ювелирного творчества, о том, что волнует сегодня умы молодых ювелиров и какие идеи станут для них актуальными в будущем.

Галина Габриэль,
кандидат искусствоведения

Ювелирный марафон Веры Поволоцкой

Вера Георгиевна Поволоцкая — в ювелирном мире имя значимое. Ее произведения занимают почетное место во многих музеях страны: Государственном Русском музее, Государственном Историческом музее, Оружейной палате Московского Кремля, музеях Калининграда и Екатеринбурга.

Неоднократный лауреат российских и международных ювелирных конкурсов, член Союза художников России, обладатель серебряной медали Академии художеств, Заслуженный художник Российской Федерации, В. Г. Поволоцкая является одним из основателей петербургско-ленинградской школы ювелирного дизайна, оказавшей заметное влияние на развитие российского ювелирного искусства XX столетия.

Кольцо «Гелиос». Металл, янтарь, гагат. 1997 г

Вера Георгиевна уже полвека беззаветно служит этому прекрасному и сложному искусству. Начался ее творческий путь в далеком 1957 году, сразу же после окончания Ленинградского высшего художественно-промышленного училища им. В. Мухиной (ныне Санкт-Петербургская художественно-промышленная академия). Тогда ее, совсем еще молодого художника, пригласили на работу на Ленинградскую ювелирную фабрику, где вскоре она заняла пост главного художника. Помимо административных обязанностей и руководства творческим коллективом фабрики Вера Георгиевна выполняла большой объем работы по проектированию драгоценных украшений, бижутерии и ювелирной посуды с эмалью.

Дизайн ее разработок был вдохновлен эстетическими представлениями того времени, когда под лозунгом «Искусство в быт» на смену вычурным формам «сталинского ампира» пришли простые и ясные геометрические формы. Особенно выразительно новый стиль прозвучал в ее бижутерийных украшениях — недорогих брошах, браслетах и серьгах из томпака или других недрагоценных металлов, которые в то время носили все модницы Советского Союза. Одна из этих замечательных вещиц, украшенная черно-белой эмалью, стала своего рода фирменным знаком популярных тогда магазинов «Березка».

Ощутимый вклад В. Г. Поволоцкая внесла и в развитие дизайна серебряной посуды. Продолжая работу по возрождению искусства эмали, начатую на фабрике ее предшественницей Н. Э. Фогт, она, следуя художественным представлениям своего времени, начала применять новые приемы эмалево-филигранного декора. Отказавшись от несколько помпезного сплошного коврового покрытия изделий эмалево-филигранным узором, художник размещала его более деликатно — в виде ярких, красочных лент, поясков и бордюров на открытых поверхностях строгих форм.

Это поразительное ощущение времени характерно и для всей последующей творческой деятельности художника. Особенно ярко оно проявилось в произведениях, созданных в период ее работы во Всесоюзном научно-исследовательском институте ювелирной промышленности, где В. Г. Поволоцкая с 1968 по 1992 год возглавляла группу художников и ювелиров-модельеров в отделе художественного моделирования. Проектируя новые образцы ювелирных и камнерезных изделий для предприятий ювелирной промышленности страны или выполняя экспериментальные работы на основе новых ювелирных материалов и технологий, она мыслит свободно и ярко и всегда стремится к созданию оригинальных, выразительных произведений, передающих дыхание времени. Позднее Вера Георгиевна напишет: «Направление творческой работы художника должно соответствовать духу времени, своей эпохе. Еще в 60-е годы, когда я с головой окунулась в ювелирное творчество, то отдала предпочтение еще только зарождавшемуся у нас стилю — современному дизайну».

Созданные по ее эскизам необычайно эффектные кольца, броши, серьги, подвески с крупными вставками цветных камней не потеряли своей актуальности и в наши дни. Хорошо понимая декоративные возможности каждого из камней, она смело сочетала в одном изделии нефрит и сердолик, речной жемчуг и сапфиры, лазурит и агаты, янтарь

Брошь-кулон.
Серебро, сердолик, нефрит. 1971 г.

Броши.
Серебро, горячая эмаль

Декоративная тарелка. Серебро, накладная филигрань, горячая эмаль

и гагат, яшму и халцедон или другие камни, достигая таким образом какой-то особой живописности своих работ.

Те же художественные идеи В. Г. Поволоцкая воплощала и в своих уникальных произведениях, экспонировавшихся на многочисленных художественных выставках, в которых она принимала участие начиная с 1958 года. Им присущи выразительность пластики, изысканная простота форм, безупречное чувство цвета, соразмерность и ясность геометрических построений. Неслучайно украшения В. Поволоцкой того времени служили своеобразным камертоном, по которому настраивали свое творчество многие молодые ювелиры. Достаточно вспомнить ее кольца и подвески с кораллами «Экзотика», колье «Вечность» с морионом, триптих подвесок с синей яшмой и розовым халцедоном «Земля, Луна», кольца с янтарем и гагатом «Гелиос» и многие другие.

Особое место в творчестве художника всегда занимала эмалевая миниатюра, в которой в полной мере проявились ее бурный темперамент и неистощимая энергетика. Рассматривая яркие красочные броши и плакетки, независимо от того, украшены они живописными портретами, абстрактными композициями или сюжетными изображениями, словно погружаешься в стихию цвета, захваченный игрой цветовых контрастов и магией таланта незаурядного живописца.

Исключительно интересный период творчества Веры Георгиевны связан с ее работой над проектированием украшений для петербургской фирмы «Россильвер», где при изготовлении изделий используется принципиально новая технология гальванопластики. Эта технология, заключающаяся в применении в качестве основы изделий специального модельного состава с последующим покрытием его плотным слоем высокопробного серебра, позволяет выполнять крупные украшения любой конфигурации, имеющие сравнительно небольшой вес. В. Г. Поволоцкая мастерски использует декоративные возможности этой техники и, не опасаясь смелых экспериментов, создает большую коллекцию стильных и элегантных эксклюзивных украшений, отражающих эстетику дизайна рубежа веков. Крупные чистые объемы ее нагрудных украшений отличаются знаковой ясностью лаконичных форм и редким чувством меры и вкуса, которые никогда не изменяют этому талантливому художнику.

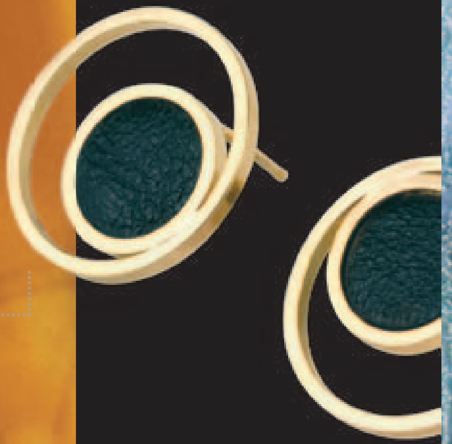
Признанный мэтр петербургско-ленинградской школы ювелирного дизайна Вера Георгиевна Поволоцкая необычайно творчески активный, современно мыслящий художник, всегда открытый новым веяниям в искусстве. И сегодня ее энтузиазм, ее новые художественные достижения продолжают покорять всех истинных ценителей ювелирного искусства. Для нескольких поколений художников-ювелиров творчество В. Г. Поволоцкой неизменно служит эталоном профессионального мастерства и преданности своему делу.

Инна Шаталова

Erayo

Проект Erayo, наверное, первый проект b2b в мире, позволяющий найти интересные и новые изделия для заключения on-line поставок.

Iris Design



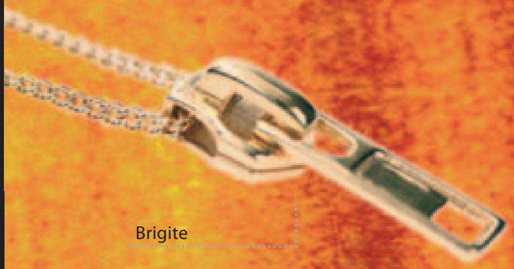
Eva Tefner

Einat

Amy Jane

Amy Jane

Amy Jane



Brigite

Amy Jane

Iris Design

Brigite

Brigite

Inbal

Компания имеет центральный офис в Израиле и представительства в крупнейших городах США. Так как потребительский рынок США крупнейший в мире (был, во всяком случае), то и расчет идет главным образом на американских оптовиков и покупателей. Более 110 дизайнеров из разных стран представили свои работы, ювелирные изделия, одежду, обувь, мебель, уже сейчас около 3500 оптовиков работают с ними. Erayo позволяет розничным продавцам быстро выйти на международный рынок и найти партнеров, экономя и время, и деньги. Для оптовой торговли подобный проект интересен и тем, что, даже не закупая товар, вы можете увидеть, что производят в мире, какие тенденции и направления занимают главенствующие позиции. Успех этого проекта превзошел все ожидания и сейчас служит важным инструментом в укреплении деловых связей. Представляем вам некоторые работы ювелиров из Израиля, на наш взгляд, предложивших интересные интерпретации привычных и простых вещей.

www.erayo.com

Habas

Habas

Inbal

Inbal

Hila Welner

Inbar

Место встречи — Мюнхен

Недавно в Москве состоялась презентация специализированной ежегодной торговой выставки в Мюнхене (Германия) INHORGENTA 2009, которая начнет свою работу в феврале будущего года. Выбор места проведения презентации одной из авторитетнейших в Европе выставок часов, ювелирных изделий, драгоценных камней, жемчуга и технологий в области их обработки вряд ли случаен. Он, несомненно, говорит о растущем интересе к российскому рынку и к творчеству российских дизайнеров, которые пока представлены на выставке достаточно скромно.

INHORGENTA EUROPE 2009, готовая представить гостям более 1200 экспонатов из 47 стран мира и принять свыше 30 000 посетителей, представляет собой замечательное место для получения самой разнообразной профессиональной информации и платформу размещения заказов для европейской ювелирной и часовой промышленности.

С докладом на презентации выступил руководитель фирмы «Мессе Мюнхен» Армин Виттманн. Он, в частности, отметил:

— «Мессе Мюнхен», организатор выставки, считает себя партнером этой специализированной торговли и во главу угла ставит именно ее потребности.

Выставка с ее удивительной творческой атмосферой предлагает своим посетителям широкий ассортимент уникальных изделий, созданных художниками разных стран, не похожих друг на друга, хранящих традиции разных культур. Причем демократичность этой крупнейшей в своей области выставки заключается в том, что возможность представить торговле свою продукцию, заявить свое имя наряду с именитыми компаниями на выставке получают и пока мало кому известные небольшие мастерские, дизайнеры нового поколения — немецкие и зарубежные.

В течение всего года по электронной почте шли рассылки всем, кого могла бы заинтересовать эта выставка, открывающаяся в феврале в столице Баварии. Обширная информация об отрасли вообще и о выставке в частности размещена и на веб-сайте www.inhorgenta.com. Позаботились устроители и о таких прозаичных, но крайне важных для удобства гостей вещах, как регистрация участников онлайн, бесплатное пользование общественным транспортом (билетом для бесплатных поездок можно пользоваться только по предъявлении действительного входного билета, выданного дирекцией Messe Munchen GmbH), а многочисленные преимущества пользования именной входной карточкой Inhorgenta Europe Goldcard оценили уже более 4500 человек.

— Кстати, сегодняшнее информационное мероприятие тоже входит в спектр услуг, предлагаемых выставкой своим посетителям, — отметил Армин Виттманн. — Им в помощь подготовлена также разнообразная программа семинаров и докладов. В будущем году на выставке основное внимание будет уделено темам оптимизации продаж и важнейшим тенденциям в сфере дизайна ювелирных изделий. Специализированной торговле предоставят по этому поводу совершенно конкретную информацию.

Ярким событием презентации стал и обстоятельный доклад генерального директора Convensis Group профессора Штефана Хенке

«Профайлинг покупателя с помощью криминалистических методов». При содействии профессионального психолога Сюзанны Хенке он проанализировал возможные методы «вычисления» потенциальных покупателей ассортимента товаров, представленных на выставке. И хотя понятие «криминалистика» в этом контексте поначалу кого-то неприятно удивило и даже шокировало, исследование вызвало единодушный интерес слушателей, а его выводы, конечно же, будут взяты на вооружение специалистами по торговле. Ниже — некоторые тезисы доклада профессора.

«Одной из главных задач торговли, в том числе и торговли ювелирной, была и остается задача привлечения новых и удержание старых покупателей. Сегодня потенциального покупателя характеризует не столько сам продукт, сколько эмоции, которые человек испытывает, приобретая его. Этот вывод составляет основу бренд-менеджмента для элитных марок продукции. Но основной проблемой торговли остается умение точно определить истинные желания и мотивы совершения покупки (или несовершения) потенциальным покупателем. Так как же узнать точно, что и почему нужно покупателю?

Примерно такую же задачу решает криминалистика. Все мы когда-то читали детективные романы, с увлечением смотрели по телевизору детективные сериалы, так что хотя бы приблизительно представляем себе суть работы комиссара полиции, разыскивающего убийцу. В реальности, чтобы приблизиться к решению этой задачи, составляется предположительный профиль, или профайлинг — составление описания преступника, хода описания преступления и обстановки, в которой оно совершалось. Все это описание делается на основе сочетания психологических и междисциплинарных знаний, и работа криминалиста-аналитика на этом этапе очень схожа с работой врача при постановке диагноза и разработке плана лечения:

- сбор и оценка данных;
- реконструкция исходной ситуации;
- разработка версий;
- составление и проверка профиля;
- и наконец, выдача ответа.

Что же конкретно, какие факторы должны интересовать специалиста для составления профиля преступника?

- семейное положение;
- жизненное окружение/квартира;
- психосексуальное развитие;
- автомобиль/другие средства передвижения;
- мотивы совершения преступления;
- криминальное прошлое;
- вероятный возраст;
- вероятный пол;
- вероятные цвет кожи и национальность;
- вероятное место жительства преступника;
- интеллект преступника;
- работает ли преступник, кто он по профессии.

Далее исследуется место преступления, собираются данные судебно-медицинской экспертизы, проводятся следственные действия, реконструирующие преступление, составляется окончательный профиль преступника, в котором учтены демографические данные, физические характеристики, социальный портрет, привычки и поведение в обстановке совершения преступления. Затем — следственные действия и расследование преступления.

Как же перенести знания об анализе из области криминалистики на анализ в области торговли? Как правильно составить портрет потенциального покупателя автомобиля «Астон Мартин», часов «Омега» или украшений от Томаса Шабо? Опираясь на ход составления профайлинга в криминалистике, супруги Хенке в 2007 году разработали способ применения этой методики как основу для поиска и обслуживания потенциальных покупателей.

В настоящее время привлечение покупателя часто происходит одномерно, с расчетом на определенный конкретный продукт. То есть именно для определенного продукта подаются рекламные объявления в журналы, распространяется информация, проводятся рекламные мероприятия или комбинированная маркетинговая акция (например, часы Omega и Джеймс Бонд). Этот товар декоративно выставляется в витрине, его предлагают покупателю при помощи мероприятий прямого маркетинга... В результате получается, что в фокусе всех этих мероприятий находится продукт, даже если реклама пытается представить его на эмоциональном уровне.

Исходная же идея при составлении профиля покупателя состоит в том, чтобы поставить в центр внимания именно покупателя!

Таким образом, составление профиля покупателя — это исследование мотивов его покупки, и не нужно забывать, что в разных регионах мотивы могут быть разными. Например, если в Италии или во Франции у среднестатистического покупателя преобладает внутренняя мотивация: вещь позволяет почувствовать уверенность в себе, ощутить радость, — то в США, Южной Америке, Китае, России важнее внешняя мотивация — утверждение своего статуса, заметности.

Кроме того, рынок роскоши условно можно поделить на несколько сегментов: от базового рынка, где уровень цен установлен для вовлечения в потребление этого товара и практически отсутствуют бренды, до рынка штучных изделий с крайне высокой долей ручного труда, минимальными сериями и снова с почти полным отсутствием брендов.

Спросите себя: как ко мне нужно обратиться, чтобы активизировать мое стремление к обладанию той или иной вещью, не являющейся предметом первой необходимости? Как это нужно сделать, чтобы разбудить во мне эмоции, заставляющие

Ориентированное на мотив обращение при продаже предметов роскоши и потребления в различных сегментах рынка

ПРОДАЖИ ПО БОЛЕЕ ВЫСОКОЙ ЦЕНЕ

Рынок штучных изделий — «штучная роскошь», почти полное отсутствие брендов, крайне высокая доля ручной работы, минимальные серии

Рынок высшего уровня — однозначное позиционирование: дополнительная польза, ориентация на качество, «фирменная» роскошь

Рынок среднего уровня — зона нечеткого позиционирования, бренды средней престижности, «массовая» роскошь

Рынок нижнего уровня — однозначное позиционирование: ориентация на цену, модные марки, роскошь «начального уровня»

Базовый рынок — уровень цен, установленный для вовлечение в потребление данного товара, почти полное отсутствие брендов, усталость от продукта, роскошь «базового уровня»

ПРОДАЖИ ПО БОЛЕЕ НИЗКОЙ ЦЕНЕ

совершить покупку? Ведь мотивы могут быть самыми разными — желание подчеркнуть свою индивидуальность, доставить себе (или тому, кому предназначается вещь в подарок) удовольствие, обозначить свою успешность, благосостояние. А может быть, желание удовлетворить чувство зависти к тем, кто уже обладает такой вещью? Обозначить принадлежность к избранным?

Внутренние мотивации совершения покупки у мужчин и женщин различаются, как различается вообще психология мужчин и женщин. Мужские приоритеты в поведении — это системность, желание, тщеславие, женские — выразительность, фантазия, игра, и с этим нужно считаться.

Итак, при составлении профиля покупателя необходимо еще создавать или инсценировать дополнительные эмоциональные переживания.

Составляя профиль покупателя, необходимо знать:

1. Социальные и демографические признаки потенциального покупателя (пол, возраст, образование, профессия, уровень дохода, социальный слой и т. д.).
2. Информационные признаки (способность к инновационному мышлению, инертное мышление, высокая или низкая потребность в информации и т. д.).
3. Признаки, относящиеся к предложению (знание продукта, статус покупателя, стиль совершения покупок, удовлетворенность и т. д.).
4. Личные признаки (подверженность влиянию, стиль принятия решений, склонность к риску и т. д.)».

Далее супруги Хенке предлагают шестиэтапную модель профайлинга покупателя, в которой предусмотрено ясное и четкое определение его целей, разработано моделирование поведения покупателя в различных ситуациях, проигрываются сценарии контакта с ним, особое внимание уделяется правильному обращению к покупателю и т. д. Цель при этом — настройка на волну покупателя, возможность лучше его понять.

Оперативная цель этого исследования состоит в том, чтобы провести дифференцированный анализ поведения различных типов покупателей в сочетании с известными системами мотивов и на основе этих результатов обращаться к покупателю с учетом его индивидуальных потребностей.

Итак, с помощью методов криминалистики можно проанализировать покупателя, найти его, удержать и целенаправленно к нему обратиться. Наряду с другими существующими мероприятиями в рамках взаимоотношений с клиентами профайлинг помогает сохранить контакты с уже существующими покупателями и найти новых.

Наталия Домагальская

Новый мюнхенский торгово-ярмарочный центр
20–23 февраля 2009 года
Пятница—воскресенье с 9.00 до 18.00
Понедельник с 9.00 до 17.00

MESSE MÜNCHEN
INTERNATIONAL
ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ -
ЖЕЛАЕМОЕ СТАНОВИТСЯ ВОЗМОЖНЫМ!
36-я международная выставка
Часов, Ювелирных изделий,
Драгоценных камней, жемчуга и
Технологий
ufi
Approved
Event
ОРГАНИЗАТОР: Мессе Мюнхен ГмбХ
ПРЕДСТАВИТЕЛЬ В РОССИИ: ООО «Мессе Мюнхен МАВИ»
119048 Москва ул. Лужники 24 стр. 9
Тел.: (495) 7256165 | Факс: (495) 7256166 | info@messe.mawy.de
Только для посетителей специалистов.
www.inhorgenta.com
реклама
МЮНХЕН 20-23 ФЕВРАЛЯ 2009
inhorgenta
europe 2009

Репортаж с места событий — инновационный проект «ПУСТОТА» НА ВЕС ЗОЛОТА

6 карат
международный бизнес•центр

Зачем ювелирному магазину «пустота»? Это только один из серьезных вопросов, которыми озадачились участники мастер-класса Ольги Болкуновой «Практика оформления ювелирных витрин», который прошел 21 октября в рамках специального дизайн-проекта Международного Бизнес-центра «6 карат» и Ювелирного Центра «Голден Гросс».

Озадачились не на шутку, потому что...

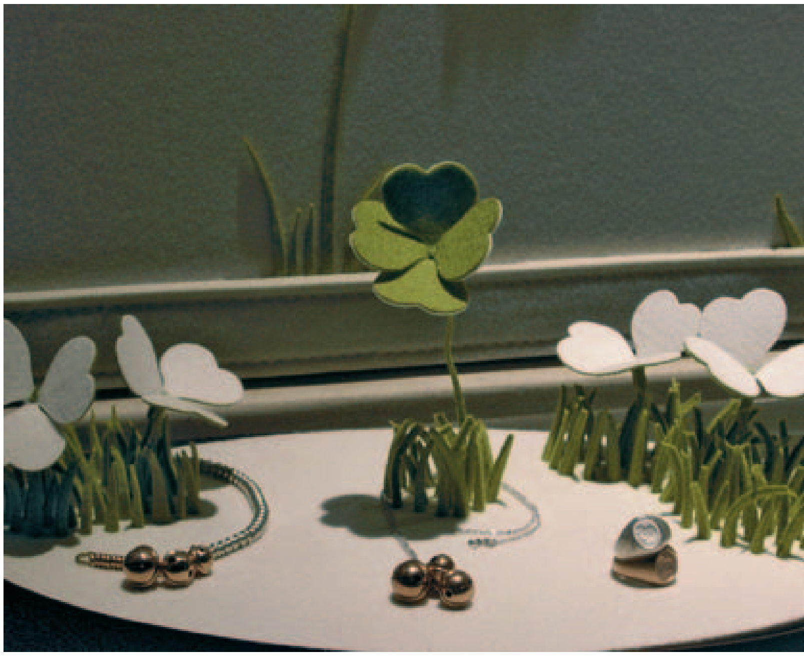
... воочию увидели преимущества пустоты в ювелирной витрине. Оказывается, по законам восприятия, для того чтобы по-настоящему увидеть украшение в витрине, выделить его для себя и запомнить, покупателю нужна... пустота. Как вакуум, который втягивает в себя и заставляет обратить внимание на то, что рядом. А то, что рядом, должно быть правильно преподнесено.

«Грамотная» ювелирная витрина состоит из четырех равных частей:

- **Message:** сообщение, которое важно донести до потребителя: название завода-производителя, логотип, что-то иное — информация, которую должен запомнить покупатель, заякорить в своем сознании. Именно она станет для него впоследствии «опознавательным знаком» высокого уровня и качества, на нее он будет ориентироваться и реагировать.
- **Экспозиция:** ювелирные изделия, которые вы представляете вниманию покупателя.
- **Декор:** тканевая драпировка, дополнительные материалы (камни, раковины, растительные материалы, предметы) — все то, что делает витрину красивой, придает ей особую эстетику и наполняет смыслом.
- **Пустота.**

А вот где взять место для «пустоты» в условиях дефицита площади? Как попытаться и «выставить товар лицом» и сделать это красиво и грамотно?

— Мы привыкли использовать каждый квадратный сантиметр торговой площади «с пользой». Как правило, в любом магазине украшения выложены плотными рядами. Но, может быть, в этом как раз больше



вреда, чем пользы? — говорит Татьяна Шикалович, директор Международного Бизнес-центра «6 карат». — К сожалению, наши ювелирные витрины иногда напоминают лоток коробейника: всего много, все разное, блестящее... Но мы не учитываем, что вся эта «красота» сливается. Украшения не воспринимаются как ценные, эксклюзивные — скорее наоборот. Нужного впечатления нет: покупатель не «цепляется» — пробежал взглядом и прошел мимо.

Для того чтобы магазины могли использовать эффективные современные методы продвижения и продажи украшений, возник долгосрочный дизайн-проект «Школа ювелирного дизайна: витринистика».

Стартом проекта был приезд в Россию Лауры Нотаристефано, итальянского дизайнера и архитектора. Весной 2008 года она провела мастер-класс «Ювелирная витринистика. Проектирование визуального мерчандайзинга», где участвовали более 50 специалистов крупных ювелирных предприятий и торговых сетей Москвы, Санкт-Петербурга, различных городов и регионов ближнего зарубежья.

Второй этап проекта: книга «Визуальные продажи ювелирных украшений», которая в уже в декабре будет представлена Издательским домом «6 карат» российскому ювелирному сообществу.

Следующий шаг: регулярные семинары российских профессионалов-витринистов, которых, к сожалению, немного. Ольга Болкунова — один из специалистов очень высокого уровня. Этот уровень уже оценили участники ее мастер-класса, среди которых были не только специалисты по ювелирному мерчандайзингу, но и владельцы и руководители ювелирных магазинов.

Обучение проходило в несколько этапов. Прежде всего, конечно, теория ювелирного мерчандайзинга и постановка приоритетных задач на мастер-класс: невозможно объять необъятное за один день, поэтому участниками вместе с ведущим были выбраны самые актуальные темы для проработки. Наиболее актуальными оказались «Основы построения витрин», «Типы витрин», «Композиция», «Декорирование витрин».

Вторая часть — практика. На глазах у участников из простых материалов, с помощью обычных инструментов — ножа и резака — рождались изысканные тематические экспозиции коллекций украшений. Оказывается, это искусство освоить может каждый — чувство прекрасного и стиль, которые, несомненно, есть у всех, кто связывает профессиональную жизнь с ювелирной сферой. Важно желание и, конечно, знание законов оформления.

Закреплялись полученные знания в ходе экскурсии по Ювелирному Центру «Голден Гросс». Со слов участников, выбор для места проведения этого уникального комплекса — отличное решение. Здесь, где под одной крышей сосредоточено огромное количество разных ювелирных бутиков, можно не только выбрать украшение на любой вкус, но и попрактиковаться в экспертной оценке качества оформления витрин. Участники вместе с ведущей Ольгой Болкуновой разбирали витрины «по полочкам», находили интересные находки или ошибки в оформлении, тут же формулировали конкретные предложения и идеи.

Однако из учебного класса участники вынесли не только знания и новые впечатления, но и массу вопросов.

Как перестроить сознание руководителей магазинов, которые редко руководствуются психологией, а ориентируются на кажущуюся прямую выгоду ситуации «Весь товар — на витрину»? Как вписать элитно оформленную витрину в устаревший интерьер? Как донести новые идеи до остальных сотрудников магазина (или, что еще сложнее, сети магазинов)?

Конечно, инновации — это всегда непросто. И Международный Бизнес-центр «6 карат» искренне признателен и благодарен первым участникам проекта за то, что они открыты новым знаниям, изменениям, за готовность выводить ювелирную торговлю на новый, более высокий уровень, соответствующий мировым стандартам. Ведь это дает им выгодные преимущества — прежде всего возможность привлечь покупателя с высокими требованиями, уровнем притязаний.

На будущее от участников уже сформирован новый запрос: их интересует не только оформление витрин, но и оформление интерьеров ювелирных магазинов. Безусловно, такие мастер-классы будут проводиться. Но в этой области гораздо эффективнее индивидуальные услуги по разработке интерьеров, разработке эскизов витрин для сезонных или событийных коллекций и их оформление. Это то, что сделает магазин совершенно эксклюзивным.

Попытаемся схематизировать, насколько это возможно, тип освещения, наиболее подходящий для различных камней и металлов, а также попытаемся дать общие рекомендации по цветам фона и подставок.

Не следует забывать, что выбор цвета, особенно его тональностей, очень зависит от влияния эстетических тенденций данного момента.

карат
международный бизнес-центр

СЕМИНАРЫ И ТРЕНИНГИ УЧЕБНО-КАДРОВОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИР-ПРОФИ» ноябрь–декабрь 2008 г.

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ, ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕНА, РУБ.
		НОЯБРЬ	
1	13–14.11.2008	**Тренинг** «Основные направления формирования клиентской базы в ювелирных компаниях»	10 500
2	21.11.2008	**Семинар** «Проверка Пробирного надзора. Особенности документооборота» Для специалистов Костромской области *(место проведения — Кострома)*	
3	22–23.11.2008	**Семинар** «Основные правила и рекомендации по торговле изделиями из ювелирных камней и драгоценных металлов»	10 500
4	24.11.2008	**Семинар** «Ювелирная торговля: тенденции ювелирной моды»	4500
		ДЕКАБРЬ	
5	4–5.12.2008	**Тренинг** «Продажи и сервис в ювелирном бутике»	12 500
6	8.12.2008	**Семинар** «Проверка Пробирного надзора. Особенности документооборота»	6400
7	16.12.2008	**Семинар** «Ювелирный магазин: выкладка изделий, организация пространства магазина»	6400
8	24–25.12.2008	**Семинар** «Основные правила и рекомендации по торговле изделиями из ювелирных камней и драгоценных металлов»	12 500

(495) 232-22-60, 232-33-79, 744-34-64
e-mail: info@6carat.ru, 6carat@inbox.ru

Антикризисная нейрохирургия: *ювелирная операция на HR-бюджетах*

МОНОЛОГ ПРОДАВЦА:
«По радио, телевизору, в коридорах, в курилках — везде об одном: кризис. Как осенняя муха над ухом: кри-и-и-зззис... Господи, что-то дальше будет? Вот и покупатель погрустневший пошел, без огонька в глазах. Смотрит на витрину, думает. Чего думать — брать надо! Вам говорю, дамочка, — в золото деньги надо вкладывать! Кризис, говорите? Это точно. У нас тоже дела плохи: продажи упали, штат сократили. Все, точно — скоро закроемся!..»

6 карат
международный бизнес•центр

«Ну, мои-то точно себе не позволят так говорить с Клиентом!» — скажете Вы. А Вы уверены, что они так не думают? А если думают — значит, говорят. Не словами, а настроением, внешним видом, жестами, мимикой. Ваши сотрудники могут очень даже «поговорить с Клиентом об этом» невербально, обменяться с ним растерянностью, страхом, безысходностью. И отбить у него желание не только что-то купить, но и вообще приходить в Ваш магазин.

Но кризис не вечен, а вот имидж и репутация — вещи хрупкие…

Отрицать бессмысленно — кризис в наличии в полном комплекте: падение спроса, снижение продаж, дефицит денежных средств.

«Призрак 98 года» еще бродит по просторам страны, и мы, наученные горьким опытом, быстро достаем из запасников выверенный еще в те времена «Набор антикризисного менеджера». Инструменты понятны и опробованы в деле: снижение затрат, стимулирование продаж, оптимизация денежных потоков, работа с дебиторами (если таковые есть) и реструктуризация кредиторской задолженности.

Но всегда ли они дают нужный эффект?

Рассмотрим один из ключевых инструментов — снижение затрат. Как правило, в большинстве случаев первыми «под нож» ложатся затраты на персонал. Оптимизация штата, сокращение социальных льгот, инвестиций в обучение сотрудников, расходов на корпоративные праздники и поддержание традиций. Все это проводится с холодным математическим расчетом — быстро и четко. Оценивается результат по графе «Итого» в бюджетной таблице: вот были затраты, а теперь их нет. Сэкономили — молодцы!

Однако мало кто пытается оценить побочные явления такого «лечения». Крайне редко мы задаемся вопросом: а как себя чувствует после оперативного вмешательства мотивация персонала? Что у нас с лояльностью и настроем сотрудников? А ведь как раз им, сотрудникам, отводится важнейшая роль: они должны в бли-

жайшем будущем обеспечить максимально возможные продажи и удержать компанию на плаву. Особенно в сфере эксклюзивных, «персональных» продаж: именно здесь продавец общается с покупателем на очень коротком расстоянии. Он, как никто другой, может повлиять на то, появятся сегодня в кассе магазина деньги или нет.

Кризис — это не только сбой в экономических процессах, это еще и «питательный бульон», в котором кипят всевозможные человеческие страхи и предрассудки. А наш сотрудник — прежде всего человек. Конечно, он понимает разумность всех принимаемых мер. Но, видя, как уходят из компании коллеги, как отменяется обещанное обучение и новогодний праздник, удержать оптимистичный настрой трудно. В коллективе бродят слухи, нагнетается атмосфера упадничества, воздух пропитывается ожиданием худшего. И вот уже Ваш продавец «говорит» с Покупателем о кризисе, обменивается с ним растерянностью, страхом, безысходностью. И отбивает у него желание не только что-то купить, но и вообще приходить в Ваш магазин.

Но ведь без сокращения бюджетов невозможно! Что же делать?

Сокращать. Но очень аккуратно и грамотно, соблюдая ряд условий и помогая коллективу адаптироваться к новой жизни.

Условие 1: Обязательное информационное сопровождение изменений

Все изменения, которые так или иначе касаются персонала, важно доносить и обосновывать фактами, цифрами, ожидаемыми результатами.

- Ознакомьте сотрудников с планом мероприятий по преодолению кризиса — как минимум на квартал. Не бойтесь, что озвученный перечень мероприятий ввергнет людей в панику. Напротив — люди обретут уверенность, видя, что Вы принимаете меры не хаотично, а системно, что просматриваете перспективу далеко вперед и хорошо понимаете, что и как нужно делать.
- Заведите новые традиции: еженедельное подведение итогов и оценка результатов. Это может быть письмо сотрудникам или собрание коллектива. Главное — обязательно должен быть пункт «Реализация антикризисной программы». Показывайте промежуточные результаты, которых удалось достичь после внедрения изменений.

Условие 2: Специальная «антикризисная» подготовка сохраненного персонала

Вам пришлось сократить штат. Вы оставили именно этих сотрудников, а значит, доверяете им? Они остались с Вами в этот непростой момент и не отправились искать лучшей доли, значит, и они доверяют Вам?

Но одного доверия мало — от этого сотрудничества нам нужен результат, нужны продажи. А Вы уверены, что сотрудники, бывшие эффективными еще месяц назад, в условиях кризиса спроса будут так же результативны?

- **Дайте людям понять их значимость, сформулируйте для них цели и задачи — как минимум на квартал.**
  Проведите короткие аттестационные собеседования с каждым сотрудником: обсудите результаты его работы, оцените его плюсы — объясните, чем Вы руководствовались, когда принимали решение оставить его в штате. Обозначьте, что конкретно Вы ожидаете от сотрудника в ближайший квартал, полгода, год. Обсудите возможные дефициты, которые могут препятствовать выполнению этих задач. Деловой и в то же время доверительный тон общения должен подчеркивать — этот человек не просто работник компании: Вы выбрали его в партнеры в сложной ситуации, Вы рассчитываете на него.
- **Дайте людям инструменты для работы!**
  Именно сейчас необходимо короткое, но мощное, яркое, мотивирующее и эффективное обучение. Вы практически не рискуете средствами: обученные Вами сотрудники не уйдут к конкурентам, Вы не будете «отапливать улицу». Дайте людям инструменты для работы: знания и уверенность в своих силах. Они им крайне необходимы. Одно-двухдневный тренинг на темы «Методы влияния на принятие решения», «Техника работы с возражениями» или «Переговоры о цене» может оказать неоценимую помощь. В нынешней ситуации это обучение, возможно, даже важнее, чем в условиях стабильной экономики.
- **Скорректируйте систему мотивации.**
  На первый план выходят два ключевых показателя: объем продаж и соблюдение корпоративных стандартов. Если Вы еще не перешли от системы фиксированных окладов к дискретной системе стимулирования — самое время. Есть много статей и методических материалов по формированию схем оплаты труда. Вы можете разработать ее сами или обратиться к специалистам. Главное — внедряя выбранную систему оплаты труда, не упустите важный момент: у сотрудника обязательно должна быть возможность заранее, на входе

в месяц, посчитать свой ориентировочный доход и увидеть способы его увеличения.

Условие 3: Поддержка корпоративных традиций

Не отменяйте праздники. В русском менталитете праздник — это не просто событие. Это и способ единения и сплочения, энергетической подпитки, обретения поддержки. Для сохранения этого эффекта совсем не обязательно организовывать крупные мероприятия с фейерверками и шоколадными фонтанами. Есть огромное количество малозатратных инструментов создания праздника. Важно только правильно сконструировать их в единую систему. В журнальной статье рассказать обо всех возможностях трудно — приведем лишь несколько примеров.

- Создайте атмосферу ожидания праздника. На помощь, как это ни забавно, придут добрые старые докризисные «советско-пионерские» традиции. Помните, как мы дружно украшали кабинеты, вырезали снежинки, делали стенгазеты? И это работает на общую антикризисную программу, потому что включается механизм «личных вложений» и эффект присвоения: ценно то, во что я вложил усилия. То есть «ценен этот магазин, этот коллектив, мое место в нем».
  Конечно, сейчас совсем иные времена, поэтому и задача должна быть поставлена креативно. Например: помещения, недоступные взору клиента, делятся на зоны. Сотрудники, соответственно, делятся на группы (по сменам, по подразделениям, по иному признаку). Задача — украсить свою зону к Новому году максимально нестандартно, с использованием необычных материалов. Вы удивитесь тому, какие восхитительные идеи приходят в голову сотрудникам! Один из самых нестандартных вариантов, который приходилось видеть, — украшение кабинета всевозможными видами штопоров и пробками от шампанского. Другой вариант — новогодние гирлянды из оберток продукции компании: шоколадных батончиков. Главное, чтобы самая креативная команда получила приз — пусть недорогой, но отмечающий их «личные вложения».
- Проявите заботу о коллективе. Повесьте почтовый ящик (вполне подойдет красивая картонная коробка) с надписью «Письмо Деду Морозу». Информируйте сотрудников о том, что они могут положить в этот ящик письмо с «самыми заветными коллективными желаниями». В день, когда Вы соберете коллектив, чтобы поздравить с праздником, вытяните одно из писем — пусть желание сбудется! Будет ли это долгожданная кофе-машина на общую кухню, новый монитор для сотрудника с плохим зрением или новая, более комфортная марка туалетной бумаги в уборной? В Ваших силах решить это заранее, ознакомившись с содержимым «дед-морозовской» почты. Такой почтовый ящик — это еще и дополнительная возможность узнать свой коллектив: чем живут, чего ждут, на что надеются Ваши сотрудники.
- Если нет средств на корпоративные подарки сотрудникам? Бутылка шампанского, коробка конфет, красивая необычная елочная игрушка — недорогой, но приятный сувенир. Более личным, теплым, душевным новогодним подарком станет оберег, талисман или символ важной корпоративной ценности (время — песочные часы; деньги — копилки; люди — сувенирные куклы Снегурочки или Деда-Мороза). Еще один ход — вовсе без затрат: Вы предлагаете каждому сотруднику принести на праздник небольшой подарок в упаковке. Все подарки складываются под елку, а под бой курантов раздариваются по принципу «случайного попадания». Однако необходимо иметь небольшой запас подарочков — на случай, если кто-то забудет принести свой.
- Мини-праздник без затрат. Если есть помещение, где все могут собраться вместе, — непременно используйте эту возможность. Для этого совсем не нужна команда приглашенных режиссеров–музыкантов–ведущих. Нужна идея, сценарий и ответственный — чтобы праздник не превратился в хаос. А наполнят его содержанием сами сотрудники. Одна из идей — «Наряжаем корпоративную елку». В течение праздника обычная зеленая елка должна превратиться в корпоративную. Для этого каждое подразделение готовит украшение, наполненное смыслом. Финансисты, например, как правило, вешают гирлянду из долларов или евро; в этом году можно и из рубля — с целью поддержки «российского производителя купюр». Юристы — фигурку Фемиды... Но есть условие: для того чтобы разместить на елке новогоднее украшение, группа сотрудников должна представить праздничное поздравление. Ограничителем фантазии может стать только здравый смысл и этические соображения. Кто знает — может, выйдя из кризиса, Вы подумаете: а стоит ли возвращаться к услугам организаторов праздников?

При организации праздника своими силами важно помнить: энтузиазм сотрудников зависит от усилий организаторов «на входе». Ваши помощники:

- **четко поставленная задача:** подготовьте список всех мероприятий в комплексе праздника, на одном из собраний расскажите сотрудникам, как коллектив будет готовиться к празднику. Возможно, поставленные задачи будут скорректированы здесь же, на собрании, с помощью идей сотрудников;
- **союзники:** найдите соратников внутри компании, которые будут помогать создавать ощущение, что это нужно всем;
- **хорошие слухи:** запустите информацию о том, что «администрация на праздник готовит тако-о-о-е выступление!» — остальные будут стараться сначала оттого, что будет неловко выглядеть неподготовленными. А уж когда процесс запустится, их будет не оторвать от разработки «самого лучшего выступления».

Итак, кризис есть. И мы с вами все в роли хирургов — лечить медикаментозно уже не получается, что-то где-то нужно резать. «Урезание» бюджетов на персонал требует квалификации нейрохирурга: работа с коллективом — это тончайшая, ювелирная техника. Но если операция проводится грамотно, все, что Вы используете — даже непопулярные меры, могут превратить весь Ваш коллектив в мощную антикризисную команду. И бороться с последствиями кризиса Вы будете уже не в одиночку.

Ирина Михеева,
руководитель проектов Международного Бизнес-центра «6 карат»

№ 1 в России!

6 октября на пресс-конференции в гостинице «Арарат Парк Хайятт» были названы лучшие марки по результатам общенационального голосования премии «Народная марка/марка № 1 в России».

Победители были определены в 30 категориях. «Хотя голосование проходило по тридцати одной категории, — отметила председатель оргкомитета премии Елена Бирюкова. — В номинации «платежные системы» разница голосов, отданных соответственно Visa и Master Card, составила менее одной десятой процента — и мы решили не определять здесь победителя».

Категории конкурса тщательно отбираются и формируются в тесном сотрудничестве с исследовательской компанией Comcon на основе данных регулярных исследований потребительского рынка — TGI-Russia, Premier, «Новое поколение» и Russian Baby Index. Эксперты Comcon располагают информацией о состоянии различных сегментов потребительского рынка и об изменениях в расстановке сил лидирующих брендов на этих сегментах. Рекомендации экспертов Comcon служат основой для принятия решений о включении той или иной категории в проект. «Мы второй год сотрудничаем с конкурсом «Марка № 1 в России», предоставляя оргкомитету наши исследования, — сказал начальник отдела исследований товарных рынков департамента синдикативных исследований Comcon Александр Кофу. — И наши данные — эта та отправная точка, тот маяк, который помогает сформировать категории премии». Ежегодно рассматриваются около двух десятков товарных категорий, но в этом году их количество превысило три десятка, что связано с ростом и насыщением российского рынка. Большинство голосов пришло из российских регионов. Причем около семидесяти процентов анкет были получены через Интернет.

В анкетах не было ни наводящих вопросов, ни списка брендов — потребители должны были сами назвать в каждой категории те марки, которые им спонтанно приходят на память, которые они считают лучшими, которым доверяют, которые любят и которые готовы рекомендовать другим.

Результаты выборки в категории «Ювелирная сеть»:

Всего прислано анкет: 297 000

Голоса среди ответивших распределились следующим образом:

«Адамас» — 38,53%
«Алтын» — 22,68%
«585» — 17,43%
Другие марки — 21,36%.

Победу в конкурсе нельзя предсказать, и поэтому многие представители марок-победителей были удивлены тем, что оказались в списке лауреатов. О победе как о «приятной неожиданности» говорил директор по маркетингу «Адамас» Павел Сидоренко. «Эта победа тем приятнее, — заявил он, — что мы стали первыми в категории, которая впервые появилась в конкурсе, и победили с двукратным отрывом. Думаю, что не в последнюю очередь своим успехом мы обязаны тем, что реализуем свою продукцию не только через свою собственную сеть магазинов. Мы выпускаем пять миллионов ювелирных изделий в год — отсюда и узнаваемость марки».

Представители большинства брендов отметили, что по результатам конкурса маркетинговую стратегию корректировать не собираются, ведь победа в «Марке № 1» — это знак того, что маркетологи правильно донесли до потребителей ценности бренда.

Заключительный этап конкурса «Марка № 1 в России» — вручение наград брендам-победителям и гала-концерт с участием самых популярных артистов российской эстрады, который состоится 14 декабря в Государственном Кремлевском Дворце. Транслировать феерическое шоу-награждение будет один из центральных российских телеканалов.

Изумрудная скрижаль

Спросите любого серьезного коллекционера, о каком камне он задумывается чаще всего. Определенно в первой пятерке окажется удивительный и всегда неповторимый кристалл берилла зеленого цвета. К примеру, если речь коснется резных индийских изумрудов Великих Моголов. В эпоху ар-деко они были особенно любимы ювелирным домом Cartier. Благо их можно встретить и в современных украшениях. Резной изумруд с древним рисунком, безусловно, может стать талисманом… совсем как легендарная изумрудная скрижаль с рецептом философского камня.

- **Разновидность:** берилл, $Be_3Al_2(Si_6O_{18})$.
- **Цвет:** глубокий зеленый различной интенсивности и оттенков
- **Твердость:** 7,5—8
- **Месторождения:** Колумбия, Бразилия, Замбия, Россия Мозамбик, ЮАР, Намибия, Зимбабве, Индия, Афганистан и др.

Изумруд в старину называли «смарагд» или «смарагдос» — его упоминали под этими именами Теофраст и Плиний. Сначала под этими названиями объединялись все зеленые камни, в том числе зеленые сапфиры, бирюза, нефрит, малахит, зеленые разновидности яшмы и прочих камней. И лишь с XVI века так стали называть разновидность берилла сочного зеленого цвета.

Изумруд относится к самым древним ювелирным камням. Его добывали в рудниках близ современного Асуана, известных как «изумрудные копи царицы Клеопатры». Их разработка велась уже за 1500 лет до нашей эры!

Голубые аквамарины, нежно-розовые морганиты, желтоватые гелиодоры и, наконец, лучезарные зеленые изумруды с химической и минералогической точки зрения относятся к Be—Al-силикатам, то есть принадлежат к большой драгоценной семье бериллов. При этом чистый берилл — бесцветный. Однако его сложная структура практически всегда содержит примеси элементов, которые и придают ему цвет, превращая бесцветный драгоценный камень в зеленые, желтые, розовые или голубые редкости.

Среди бериллов изумруд — второй по стоимости камень (вслед за крайне редким красным бериллом — биксбитом). Его крупные и чистые синевато-зеленые образцы могут стоить дороже алмаза того же размера.

Философский камень: берилл — изумруд

Окраска изумруда обусловлена присутствием в его составе примесями хрома, ванадия, железа. Следует отметить, что к окраске изумруда предъявляются довольно строгие требования: она должна иметь определенную интенсивность и ограниченный набор оттенков. Ряд геммологических школ утверждает, что изумрудом можно считать только берилл, окрашенный хромом. В то же время другие школы называют изумрудом и уральские травянисто-зеленые и южноафриканские зеленые с желтоватым оттенком бериллы, окраска которых обусловлена не только хромом, но и железом. Точно так же колумбийские бериллы темно-зеленого цвета, иногда имеющие легкий синеватый оттенок, обусловленный примесью ванадия, считаются высокосортными изумрудами.

Большинство дилеров ювелирных камней различают «проблемные» бериллы только по их цвету, и те, к которым подходит характеристика «изумрудно-зеленый», называют изумрудами. Некоторые дилеры уверены, что, если у колумбийского зеленого берилла есть типичные трехфазовые включения (газ, жидкость и твердое тело), то, не обращая внимания на его светло-зеленый цвет, их следует называть изумрудами, так как их добывают на месторождении изумрудов и в них присутствуют характерные «изумрудные» включения. Другие специалисты отличают зеленый берилл от светло-зеленого изумруда не только по оттенку и интенсивности, но и по их тону: если тон ниже 30% в серой гамме (100% — черный), тогда камень следует называть зеленым бериллом; в другом случае — изумрудом.

Вопрос о том, какие конкретно зеленые бериллы следует считать изумрудами, обсуждается и по сей день. Равно как бесконечный поиск отличий рубина от розового сапфира и розового турмалина от рубеллита. Очевидно, универсального ответа здесь не найти. Хотя бы потому, что сегодня многие бериллы продаются как светло-зеленые изумруды и очень редко наоборот.

Знаменитые слова Плиния «Нет ничего более зеленого» относятся к изумрудам. Историк был убежден в том, что нет другого ювелирного камня, который бы так радовал глаз, не утомляя его.

Очевидно, что цвет — главнейший ценообразующий фактор для изумруда. Наиболее ценятся голубовато-зеленые камни. Чем ярче и интенсивнее зеленый цвет, тем более ценен изумруд. Но существуют очень привлекательные изумруды светло-зеленого цвета. Совсем темные камни несколько теряют свою яркость, игру света. Именно его насыщенность и тон в первую очередь отличают изумруд от недорогого берилла.

В иранских рукописях Средних веков об изумруде сказано: «Много есть сортов изумруда: силки, зеленый цвет которого похож на ботву свеклы; зенгари, зелень которого похожа на медяка; зубаби, похожий по цвету на крыло мухи, в котором просвечивает зелень; сайкали — похожий на цвет полированного железа, способного, как зеркало, отражать в себе предмет; рейхани, зелень которого по оттенку подобна цвету базилика; аси, цветом похожий на листву миртового дерева, и, наконец, курасси, цветом похожий на зелень лука-порея».

Зашифрованная история: включения

По сравнению с другими бериллами в изумрудах всегда присутствуют включения или другие дефекты. Цвет аквамарина, например, и распределен более равномерно, чем у изумруда, и практически не имеет включений. Впрочем, и встречается значительно чаще. Изумруд без каких-либо изъянов — излюбленный образ в народных преданиях, соответствующий некоему недостижимому совершенству. Впрочем, мелкие включения никаким образом не уменьшают стоимости камня. Напротив, изумруд яркого глубокого

зеленого цвета, даже с включениями, ценится больше, чем самый чистый, но бледный камень.

Один взгляд через лупу или микроскоп внутрь изумруда способен поведать целую историю возникновения этого удивительного драгоценного камня. Трещинки, полые пространства, газовые пузырьки или кристаллики — лишь малая часть свидетельств многовекового пути подвижного становления зеленого богатства в земных недрах. Что, конечно, существенно затрудняет возникновение крупных кристаллов, лишенных дефектов. Найти большие изумруды хорошего цвета и качества очень трудно. И поэтому они так ценны. Так что если в изделии совершенно чистый камень, называемый изумрудом, стоит усомниться: камень, вероятнее всего, окажется синтетическим или вовсе не изумрудом.

При большом количестве дефектов грани кристалла покрывают сложной гравировкой, чтобы скрыть повреждения. Наиболее ценятся камни насыщенного цвета и максимальной чистоты. Прозрачные камни гранятся ступенчатой огранкой (которая называется также изумрудной), а мутные и содержащие слишком много включений обрабатываются в виде кабошонов. При этом важно помнить, что вся прелесть изумруда не в «игре» блеска, а в его цвете. Поэтому требования по пропорциям огранки, предъявляемые к бриллиантам очень жестко, к изумрудам гораздо слабее.

Искусство истолкования: идентификация

Учитывая, что самоцвет этот очень редкий и спрос на него растет, был разработан метод его синтеза. Первый в мире искусственный изумруд массой 1 карат выращен в 1935 году, а уже с 1940 года налажен его промышленный выпуск, причем достаточно высокого качества. Как результат — время от времени глобальный ювелирный мир сталкивается со скандалами из-за ошибок даже высококлассных геммологов при определении происхождения изумруда.

При первом взгляде изумруд в принципе можно спутать с другими камнями. Внешне похожими на изумруд могут быть хризопраз, диоптаз, диопсид, турмалин (хромтурмалин), хризолит, гроссуляр, хризоберилл, гидденит, флюорит и другие минералы. Но при детальной диагностике по физическим характеристикам ошибки исключаются.

Простой и удобный способ отличить изумруд от большинства других ювелирных камней — использовать «изумрудную лупу» (фильтр Челси), пропускающую свет только в темно-красной и желто-зеленой частях спектра. Изумруды при ярком освещении будут выглядеть красными или красноватыми.

Впрочем, изумрудно-зеленый флюорит из Намибии также слегка краснеет под фильтром Челси. И под микроскопом бывают заметны трехфазные включения с газовым пузырьком и кубиком соли, напоминающие общеизвестные включения колумбийских изумрудов. Однако показатели преломления (1,434), удельного веса (3,18) и твердости (4) явно указывают не на изумруд.

Зеленые хромосодержащие турмалины также имеют красный цвет под фильтром Челси, и это обстоятельство может привести к ошибочному отождествлению с изумрудом, если камни исследовались недостаточно внимательно. И здесь рефрактометр обеспечит точное определение: характерные для турмалина значения 1,620 и 1,638 сразу расставят все точки над i.

Еще одним схожим камнем является жадеит (его цвет также определяется присутствием хрома). Более того, окраска может быть почти идентичной изумруду. Однако жадеит никогда не бывает совершенно прозрачным. Еще одна характерная особенность жадеита — легкая рябь или зернистость на обработанной поверхности, что обусловлено местными различиями в твердости. А главное — иной показатель преломления на рефрактометре.

Зеленый сапфир и зеленый циркон из-за оттенка цвета в значительно меньшей степени можно принять за изумруд. То же относится и к хризолиту, который имеет очень характерный желтовато-зеленый цвет.

Гораздо большая сложность возникает при необходимости отличить природный изумруд от менее дорогого синтетического его варианта. Дело в том, что по одним лишь физическим характеристикам идентификацию натурального камня осуществить практически невозможно:

- во-первых, различные методы (гидротермальный, флюсовый) и большое количество инновационных лабораторий приводят к существенному разбросу параметров выращиваемых камней;
- во-вторых, свойства камней из новых разрабатываемых месторождений, как правило, отличаются от свойств изумрудов из известных ранее копей;
- в-третьих, значения физических параметров природных и синтетических изумрудов пересекаются: некоторые природные образцы по одним и тем же показателям могут между собой различаться значительно больше, чем с аналогичным синтетическим экземпляром.

Такова ситуация с показателем преломления: у природного изумруда (1,560–1,600), синтетических гидротермального (1,565–1,580) и флюсового (1,550–1,575).

Измерение удельного веса камня мало что дает для идентификации происхождения изумруда. Для природных изумрудов из различных месторождений он составляет от 2,67 до 2,90. Для синтетических изумрудов — от 2,65 до 2,70.

Природные включения — едва ли не «паспорт» для изумруда. Причем для каждого месторождения характерны свои собственные включения. Так, для колумбийских камней обычны 3-фазные включения с газовым пузырьком и кубиком соли. Наличие в изумруде включений кристалликов пирита, кальцита, слюды, а также волокон тремолита — обычное явление. Потому основным и почти единственным способом отличия природного изумруда от синтетического является тщательное изучение под микроскопом характера включений в камне.

Дублеты. Соединения из двух бериллов, склеенных зеленым клеем, — не меньшая опасность для геммолога или ювелира. Чтобы камень выглядел более дорогим, ограненный бледный изумруд распиливают по рундисту, а затем вновь соединяют в том же положении, но уже с тонким слоем зеленого клея между верхней и нижней частями камня. Это позво-

- Калиброванные ювелирные вставки из драгоценных, полудрагоценных и синтетических камней
- Жемчуг морской и пресноводный любых форм, цветов и размеров
- Европейская машинная бриллиантовая огранка фианитов
- Кабошоны из коралла, бирюзы и благородного опала
- Перламутр различных форм, размеров и цветов
- Сырье полудрагоценных поделочных и синтетических камней

МОСКВА
115419 , Москва,
ул. Орджоникидзе, 11, стр. 1/2.
тел. (495) 730 00 46, факс (495) 730 30 36
e-mail: sales@rusgems.ru
office@rusgems.ru
www.rusgems.ru

САНКТ – ПЕТЕРБУРГ
ООО «Балтийские Самоцветы»
197022, Санкт-Петербург,
ПС. Большой проспект, 100, оф. 623
тел./ факс: (812) 335-5569
e-mail: sales@rusgems.spb.ru

RUSGEMS

реклама

Crystalit®
Corporation
ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА
СЕРВИС
111116, Россия, Москва, а/я 4
Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-9292 (многоканальный)
факс: (495) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru
156000, Россия, г. Кострома
ул. Советская, д. 134/10
тел.: (4942) 32-12-81
факс: (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru
157940, Россия, Костромская обл.
пгт. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, д. 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс: (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru
ENLIGHT
AUTHORIZED WHOLESALER
реклама

лит наблюдать под микроскопом включения, как бы продолжающиеся на всю глубину камня без явного нарушения, что создает впечатление однородности. В закрепленном камне с закрытым рундистом такие дублеты выявить очень трудно. А кварцевые дублеты и дублеты из синтетической шпинели, напротив, очень просты для определения. Показания рефрактометра сразу укажут на подделку.

Большинство имитаций изумруда из стекла интенсивно поглощают красный свет и поэтому при наблюдении через фильтр Челси выглядят зелеными. Неопытный глаз может обмануть наличие «жидких включений», которые придают имитации более «правдоподобный» вид. Изредка встречаются имитации из берилллового стекла, окрашенного хромом. Они непривычно тверды для стекла, однако их удельный вес (2,42) и показатель преломления (1,52) значительно ниже, чем у кристаллического берилла.

Труд алхимика: облагораживание

Доподлинно известно, что практически все камни из-за рубежа облагорожены. Впрочем, для изумрудов (в отличие от бриллиантов) это не столь большая беда. Хотя необлагороженный изумруд будет стоить в 1,5–2 раза дороже.

Облагораживанием исправляются дефекты. У изумрудов их предостаточно. Обычно используют метод пропитки смолами (в их состав может входить зеленый краситель). Пропитывание изумруда бесцветными смолами используется для «залечивания» таких поврежденных структур. Так можно улучшить прозрачность кристалла, скрыть трещины и усилить цвет.

Однако природу окраски в любом случае удастся достаточно точно определить под увеличением, в ультрафиолетовом свете или с помощью инфракрасной спектроскопии. К сожалению, смола может вытечь со временем. Поэтому следует избегать взаимодействия «подлеченного» камня с сильными растворителями и высокой температурой. Ведь даже бытовые моющие средства способны вытягивать масло из камня, проявляя его внутреннюю «трещеватость».

Гермесова скрижаль: месторождения

В древности изумруды поступали из египетских копей и с территории сегодняшнего Афганистана. Но испанцы, приехавшие в Южную Америку, столкнулись с крупными и чистыми изумрудами, которых они никогда не видели. Многие годы они искали месторождение этих восхитительных камней, которые широко использовались инками. В результате они нашли его на территории сегодняшней Колумбии.

В середине XIX века были открыты месторождения изумруда на Среднем Урале, в США и Австралии. В 1927 году начали разрабатываться крупные месторождения в Трансваале (Южная Африка), в 1943 году — в Индии и в 1956 году — в Южной Родезии (ныне Зимбабве). Изумруд сегодня на мировой рынок поставляет в основном Колумбия. Другие его месторождения известны в Бразилии, Мозамбике, ЮАР, в Намибии, Замбии, Индии, Пакистане, Австрии, Норвегии.

Характерные особенности изумрудов из месторождений

Колумбия — родина большинства самых лучших изумрудов, поступающих сегодня на мировой рынок. Камни с красивым синеватым оттенком. Сам факт того, что изумруд из Колумбии, может добавить к его цене от 20 до 50%.

Замбия. Изумруды отличаются интенсивным цветом и редко имеют включения. Они несколько более темные, чем колумбийские, иногда имеют голубоватый оттенок (месторождение Мику). Среди замбийских камней находятся и изумруды классического изумрудно-зеленого цвета, которые отвечают самым строгим требованиям качества, существующим на рынке.

Зимбабве. Изумруды с желтоватым оттенком, относительно невысокого качества. Запасы изумрудов в крупнейшей из шахт Сандвана постепенно уменьшаются в связи с истощением поверхностных пластов (глубинная добыча малорентабельна).

Бразилия. Рентабельные месторождения изумрудов были открыты в Бразилии лишь в 1960-х годах. Они обычно очень светлые и более желтые, чем колумбийские изумруды, из-за чего обычно дешевле. Добыча изумрудов идет в штатах Баийя, Минас Жерайс, Гояс.

Материал подготовлен по источникам:

Ted Themelis, Gemlab Inc., USA.

Цветков Ю. Г. Коммерческая геммология.

Збойков В. А. CD-ROM «Дорогостоящие камни — лаборатория эксперта и виртуальный магазин».

Виктория Михальченко

Самые выдающиеся

ЮАР. Самый крупный в мире изумруд размером 14 × 35 см и массой 24 000 кар. найден в 1956 году на руднике Сомерсет. К сожалению, он не сохранился в первоначальном состоянии, так как был распилен на несколько частей и обработан. Стоимость камней, полученных после обработки, составила 250 млн французских франков.

Изумруды Колумбии. «Кристалл из Гачалы» (7025 кар.), «Австрийский изумруд» (2681 кар.), «Девонширский изумруд» (1383,95 кар.).

В Национальном музее Нью-Йорка хранится изумруд «Патриция» (632 кар.).

Изумруды США. «Гордость Америки» (сросток кристаллов массой 1470 кар.), «Изумруд Стефансона» (массой 1438 кар.) и «Гидденит-изумруд» (1270 кар.) и ряд других.

К крупнейшим в мире относятся также «Кочубеевский изумруд» — 11 000 кар. (Урал), изумруд из месторождения Караиба (Бразилия) — 6300 кар., «Славный уральский» — 3362,5 кар. (Урал).

В России известен почти квадратный колумбийский изумруд массой 136,25 кар. — один из семи «исторических камней» Алмазного фонда. Он вправлен в брошь и обрамлен бриллиантами. Одним из самых крупных изумрудов в России считается изумруд «Президент», найденный в августе 1993 года. Его вес 1172 грамма (5860 кар.). Его стоимость определяется в 1,2 млн долларов.

Стр. 47
Серьги — Golconda Vintage

Стр. 48

1 2

1. Кольцо — Astounding Values
2. Кольцо — Adasco Designs

Зеленый клад

30-е годы позапрошлого века ошеломили мировую общественность открытием изумрудных копей на Урале. Они в мгновение стали драгоценной жемчужиной и гордостью России. Глубокий зеленый цвет уральских изумрудов, его изумительный блеск и чистота не оставляют никого равнодушным и по сей день.

Чуть позднее — снова открытие! Находка еще одного зеленого самоцвета вновь потрясла весь мир: им стала разновидность минерала хризоберилла — александрит, получивший название в честь будущего императора России Александра II. А вслед за ними — демантоид, хромдиопсид, яшма, малахит, алтайский нефрит — в историю навсегда войдут зеленые русские богатства.

Цвет растительности, вечности и бессмертия в земных недрах, и не только российских, присутствует в большом количестве. Однако эталонным оттенком в ювелирном искусстве во все века считался изумруд. Зеленый цвет незаменим при создании романтических украшений, чьи сюжеты взяты из природы. Подчеркнутый экологизм и вегетарианство как образ жизни — новые темы современной ювелирной моды.

Это цвет спокойствия, уверенности и мудрости. Еще Плиний заметил: «Зеленый цвет радует глаз не уставая». Он всегда свежий и живой и никогда не однотонный, стоит только взглянуть на него под солнцем. А потому постоянно радует нас разнообразием гаммы своих оттенков.

Зеленый бриллиант

Второй по редкости среди цветных бриллиантов после красных. Фактор цвета здесь гораздо более значим, чем чистота и огранка. Первое место занимает «Дрезденский зеленый» весом в 41 карат. Этот алмаз нежного яблочно-зеленого оттенка был куплен королем Саксонии Фридрихом Августом II в 1743 году. Сегодня он хранится в «Зеленых погребах» в Дрездене (Германия). Из-за их крайней редкости о цветных бриллиантах вообще приходится говорить лишь как о «реликтовых» находках.

Изумруд

насыщенно-зеленый, от синеватого до желтоватого

Ярко-красочный камень, то густой, прорезанный трещинами, то сверкающий ослепительной полупрозрачной зеленью. Колумбийские образцы давно стали брендовыми.

Зеленый берилл

светлый желтовато-зеленый

Берилл в чистом виде светлый, слабоокрашенный зеленоватый минерал. Цвет камня зависит от примесей соединений магния, железа, хрома, марганца. Гешенит — яблочно-зеленая разновидность берилла.

Хризоберилл

от зеленого до зеленовато-желтого; от голубовато-зеленого до коричневато-зеленого (александрит)

Первое упоминание о хризоберилле встречается в древнеиндийском трактате по медицине, где описывались три его разновидности: «цвета бамбукового листа» (обычный хризоберилл), «блестящий и переливающийся, как павлиний глаз» (александрит) и «сверкающий, как кошачий глаз» (цимофан, или кошачий глаз).

Хризолит (перидот)

желтовато-зеленый

В отличие от холодных тонов колумбийского изумруда зеленый цвет хризолита подобен солнечному свету, пробивающемуся сквозь молодую листву, и потому обладает удивительно позитивной весенней витальностью.

Турмалин

все оттенки зеленого, синевато-зеленый (хромтурмалин)

Как все представители этой драгоценной семьи (преимущественно из Бразилии), зеленые турмалины имеют широкий цветовой спектр. Они могут иметь оттенки зеленого лука, интенсивно-желтые, оливковые и коричнево-зеленые тона. Хромтурмалин — изумрудно-зеленые турмалины из Танзании, окраску которым придает примесь хрома.

Флюорит

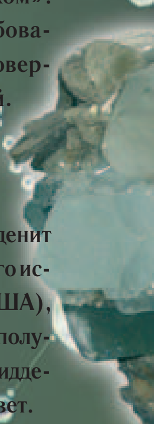
все оттенки зеленого

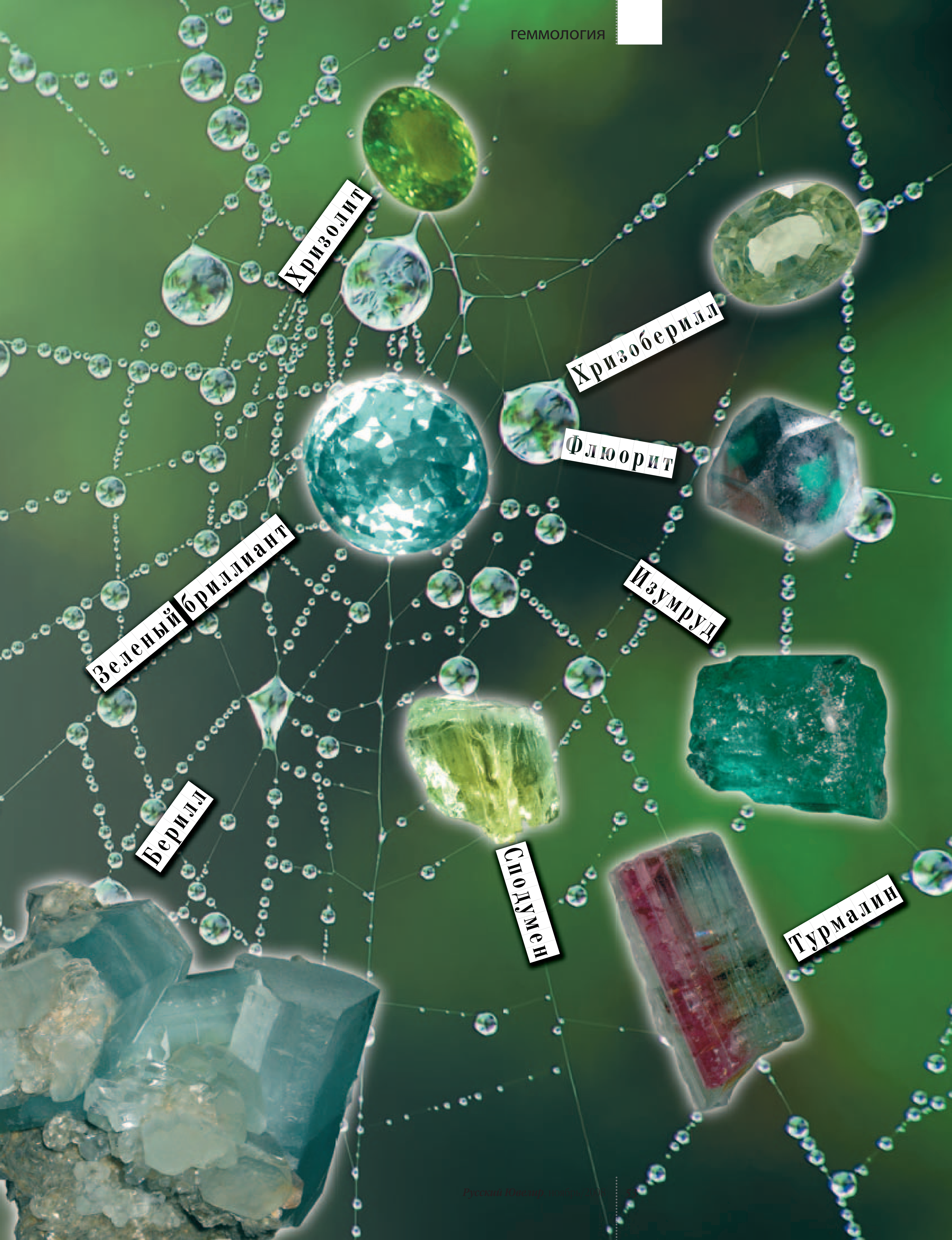
Широко известен также под названием «плавиковый шпат». За его красоту немецкие рудокопы называли камень «рудным цветком». Нагретый на солнце, может светиться в темноте нежным голубоватым и зеленоватым светом. Однако из-за низкой твердости и совершенной спайности мало используется в производстве изделий.

Сподумен

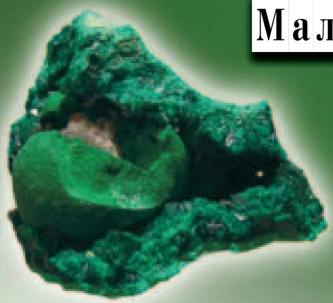
светло-зеленый

Красивая изумрудно-зеленая разновидность сподумена — гидденит была давно известна минералогам, но поскольку единственным его источником была небольшая залежь в штате Северная Каролина (США), которая вскоре истощилась, крайне сомнительно, что этот камень получил бы признание как ювелирный материал. Более «реальный» гидденит с Мадагаскара имеет совсем бледный желтовато-зеленый цвет.




Хризолит
Хризоберилл
Флюорит
Зеленый бриллиант
Изумруд
Сподумен
Берилл
Турмалин

Малахит



Зеленый кварц

серовато-зеленый, желтовато-зеленый

Просвечивающий празем (от греч. «празинос» — луково-зеленый). Окраску камень приобретает благодаря включениям актинолита или хлорита. Его часто называли «матерью изумруда» за нежный зеленоватый оттенок.

Апатит

все оттенки зеленого, но обычно невысокой интенсивности

Довольно мягкий минерал и потому не выдерживает продолжительного ношения. Желтовато-зеленая разновидность, впервые найденная в юго-восточной Испании, получила из-за своей окраски название «спаржевый камень». Синие и синевато-зеленые апатиты часто находят в содержащих самоцветы галечниках Цейлона и в рубиновых копях в Бирме.

Диопсид

желтовато-зеленый; глубоко-зеленый (хромдиопсид)

Диопсид происходит из семейства пироксенов, как сподумен и жадеит. Если минерал имеет волокнистый характер, то после его огранки можно добиться переливающейся игры цветов. Красивые бутылочно-зеленые диопсиды издавна находят в долине Ала в Италии, в Циллертальских Альпах в Тироле и в некоторых районах США.

Хризопраз

голубовато-зеленый, густо-зеленый

Просвечивающая разновидность халцедона. Своей травянистой, изумрудной окраской обязан примеси никеля. В моду вошел с конца XVIII века благодаря усилиям прусского короля Фридриха II, заботившегося о продаже изделий из местного хризопраза.

Авантюрин

от светло- до темно-зеленого, просвечивающий

Зеленые мерцающие (из-за включения некоторых слюд) авантюрины были в большом почете в Китае: их приравнивали к священному камню, из него же была сделана и государственная печать китайского императора.

Жадеит

все оттенки зеленого; изумрудно-зеленый, просвечивающий (жадеит-империал)

Волокнистый пироксен, внешне очень похож на нефрит (кстати, оба часто именуются в торговой номенклатуре «жад»). Но встречается реже, на мировом рынке ценится выше, особенно «империал» — изумрудно-зеленый, прозрачный или полупрозрачный жадеит однородной окраски.

Амазонит

голубовато-зеленый с белыми вкраплениями

Амазонский камень — разновидность полевого шпата (микроклина). Специфическая окраска минерала обусловлена высокой структурной упорядоченностью и повышенным содержанием элементов-примесей. Горняки Южного Урала одно время рассматривали его как верный признак наличия неподалеку ювелирного топаза, причем чем гуще цвет амазонита, тем более вероятна находка топаза.

Малахит

все оттенки зеленого, с рисунком светлых и темных фрагментов, чаще синевато-зеленый

Уральский малахит всегда покорял богатством оттенков яркой и бархатистой зелени: то темно-зеленый с атласным отливом, то сливающийся с синим ауритом, то бирюзово-зеленый самых нежных тонов. Большую роль играет и рисунок камня, самый красивый — радиально-лучистый, шелковистый малахит. Трудно удержаться и не погладить его рукой: «Камень, а на глаз, как шелк» (П. П. Бажов).

Нефрит

от яблочно-зеленого до густо-зеленого

Ценность его зависит не только от цвета, но и от распределения окраски, яркости и характера жилок, включений и пятен. Идеальное сочетание: глубокий и спокойный, ровный и чистый тон, умеренная яркость красок и прозрачность, способность к зеркальной полировке, однородность. Кроме того, это исключительно прочный камень и одновременно не слишком твердый, что позволяет вырезать по нему тончайшие рисунки.

Цаворит

от весеннего светло-зеленого к интенсивному сине-зеленому и до глубокого зеленого

Особенно популярен в США благодаря нью-йоркскому ювелиру Тиффани. Этот зеленый минерал происходит из многоцветной семьи гранатов. Цаворитом назван в честь места его находки — недалеко от национального парка Цаво и реки Цаво на границе Кении и Танзании. Обладает потрясающей «игрой» благодаря высокому светопреломлению. В старых легендах говорилось, что этот гранат спрятать непросто: его сверкающий свет виден даже через одежду.

Аквамарин
Нефрит
Кварц
Диопсид
Апатит
Цаворит
Хризопраз
Жадеит
Амазонит

Искусство швейцарских эмальеров

Украшение часов горячими эмалями имеет давние традиции. И первоначально это было украшение не столько для часов, сколько для часовых футляров. Старейшим способом эмалирования является техника выемчатой эмали — чамплеве (champleve). Она заключается в нанесении лака горячей сушки различных цветов в бороздки, выгравированные на поверхности металла. После отжига в печи образуется на всей поверхности твердая стеклянная глазурь.

Bovet

Несколько иным способом, пригодным лишь для футляров, был так называемый клуазон (cloisonne), который отличается от чамплеве способом подготовки металлического основания. Ячейки под лак создавались не гравированием, а подготовлялись складыванием тонких металлических полос в нужные узоры. В конце XIX в. большой популярностью пользовался метод паиллонн (paillonne) — вплавление золотой фольги в лак.

Первые эмалевые часовые футляры появились в начале XVII в. Около 1630 г. золотых дел мастер Жан Тутэн из Шатодюна ввел рисование на белой подкладочной эмали. С той поры появилось много рисованных видов глазури с портретами, пейзажными, цветочными и иными мотивами. Многие из таких художественных произведений выполнены во Франции, но максимальный расцвет техники горячей эмали был достигнут в швейцарской Женеве.

Легкие футляры малых часов-подвесок изготовлялись из тонкого медного или золотистого листа. Чтобы глазурь сохранялась на детали, необходимо было наносить ее одновременно на обе стороны, иначе при отжиге футляр деформировался бы. Для глазурования циферблатов была создана около 1600 г. особая техника, названная бассе-тейле (basse-taille).

В середине XVII века у портативных часов появились защитные стекла над циферблатами. До того времени циферблаты защищались металлической откидной крышкой, закрепленной на футляре. Иногда в крышку в виде тонкой рамки вставляли кусочек горного хрусталя. Хрусталь

Vacheron Constantin

Ulisse Nardin

Van Cleef & Arpels

Часовщики Швейцарии издавна производили самые разнообразные часы — настенные, настольные, дорожные, напольные, но мировую славу им принесли прежде всего карманные часы, которые начиная с 1915 г. активно трансформировались в наручные. Встречаются даже «переходные» модели — карманные часы, переделанные в наручные. До Первой мировой войны некоторые фирмы уже производили в небольших количествах наручные часы, но успехом они не пользовались. В 1904 г. наручные часы, отправленные грузом из Европы в США, вызвали там насмешки и были возвращены обратно. В Россию же первую партию наручных часов в 1915 г. поставила широко известная в наши дни фирма «Тиссо» (Tissot), но в связи с нестабильной политической обстановкой в России большую часть их пришлось вернуть.

Faberge

Corum

позднее заменили первые стекла, изготовлявшиеся интересным способом: из стеклянного расплава выдували маленький полый шарик, затем от него отрезали низкий купол, который после охлаждения отшлифовывали до требуемого размера. К крышке этот купол прикреплялся металлическими язычками, подобно тому как когда-то прикрепляли хрусталь. Позднее язычки заменили разъемными фасетными пазами, пока не выяснилось, что стекло достаточно упруго, так что его можно вставить в замкнутый паз несколько меньшего диаметра, выточенный вдоль внутренней окружности металлического кольца.

Когда около 1675 г. появились карманные часы с двумя футлярами, это означало дальнейшее увеличение доли труда золотых дел мастеров и «футлярщиков» в производстве часов. Этот второй наружный футляр, который обычно декорировался английской техникой рипузэ (repousse), т. е. выдавливанием чаще всего цветочных, а иногда и фигурных орнаментов, должен был охранять футляр часов вместе с его декоративным оформлением. Иногда и этот второй футляр выполнялся настолько совершенно, что изготовителю часов требовался еще следующий, третий футляр из крашеной твердой кожи, который тоже декорировали по окружности золотыми или серебряными шпильками. Вместо обычной кожи иногда использовали для этого рыбью кожу. Очень ценилась для этого черепашья кожа, орнаментированная серебром, а также футляры из акульей кожи или ее имитации.

Введение плоских часов во второй половине XVIII в. постепенно привело в континентальных странах Европы к уменьшению интереса к часам с двумя и больше футлярами. Двойной и тройной футляры сохранили свою популярность лишь некоторое время в Англии, которая консервативно придерживалась первоначальной концепции с массивным механизмом, на котором местные часовщики осуществляли некоторые из своих новых технических открытий. Однако с конца 20-х годов прошлого века и в Англии прекратилось производство двойных и тройных футляров для часов, и постепенно там стали возникать часы с двумя или тремя крышками, которые в таком виде сохранились у наиболее высококачественных и дорогих часов до нашего века, когда они были заменены наручными часами. Однако ценность часов заключалась тогда прежде всего в том, насколько художественно было их исполнение и из какого материала они изготовлены.

В наше время, говоря о часах, мы говорим в первую очередь о Швейцарии. Но почему? Толчком к развитию часового дела Швейцарии послужило переселение сюда из Франции во время религиозных войн XVI–XVII вв. большого числа гугенотов, бежавших от преследования католиков. Среди них было много часовых мастеров. Да и эмальеров немало.

Современный мир часов — настоящий рай для коллекционеров. Многие знаменитые часовщики создают удивительный живописный мир на крохотных циферблатах. В нашей статье мы хотим представить вам лишь несколько изысканнейших образцов часового и эмальерного искусства.

«Искусство эмали» — общее название четырех коллекций фирмы Piaget, которые объединяет эмаль. У Piaget есть даже небольшое бюро, сотрудники которого занимаются только эмалью. Внимание рисовальщиков отдано флоре, фауне, городам мира. Линия Miss Protocole — самая успешная коллекция Piaget. Это часы с крупным корпусом, на цветных атласных ремешках, их циферблаты украшают эмалевые бабочки, цветы или обитатели морского дна. Работа над каждой эмалью занимает у мастера Piaget около месяца, поэтому все часы коллекций с эмалями выпускаются лимитированными сериями.

Очень много часов с художественными циферблатами ручной работы имеет в своих коллекциях компания Corum. Черепа и кости, пираты и скрещенные сабли, карты и рулетка, летучие мыши, черти и адское пламя — т. е. полный джентльменский набор. Черепа и кинжалы в Corum Classical Vanitas выполнены в сложнейшей технике флорентийской мозаики из полудрагоценных и поделочных камней. Еще одним источником вдохновения для дизайнеров Corum служат драконы и райские птицы, которых они с большим искусством в технике перегородчатой эмали изображают на циферблатах. Эти часы наиболее популярны в Китае. Как и «райские часы» «Адам и Ева» из коллекции Golden Bridge. Отличительная черта Golden Bridge Adam & Eve Watch —

Bovet

расписанный вручную циферблат, на котором изображены два легендарных обитателя Эдемского сада. Первая модель Golden Bridge появилась в 1987 г. С тех пор коллекция регулярно обновляется ограниченными сериями часов, которые отличаются своей оригинальностью.

Компания Bovet, производя ежегодно менее двух тысяч экземпляров часов, многие модели вообще выпускает очень небольшими сериями. Некоторые экземпляры, представляющие собой единичные произведения искусства, демонстрируют циферблаты из драгоценных камней и перегородчатой эмали. На изготовление подобных моделей, становящихся лакомой добычей коллекционеров, уходит не один месяц кропотливой работы.

25–30% часов марки Bovet являются уникальными экземплярами и часто продаются парами — каждая модель изготавливается из белого и розового золота. В этой паре наручных часов близнецы-слоны выполнены в технике перегородчатой эмали. Эмаль уложена между перегородками из золота, толщина которых сравнима с толщиной человеческого волоса. Эмалевые слоны покрыты гравировкой, рубинами, сапфирами и изумрудами, а обжиг эмали производится не менее 16 раз. Сквозь просвечивающую гравированную эмаль видна мерцающая картина движения золотой основы. На создание этих циферблатов потребовалось несколько месяцев и более 50 операций. Часы со слонами, снабженные тонкими, прекрасно выполненными автоматическими механизмами, принадлежат к ряду самых прекрасных изделий из всех, которые фирма Bovet создала на протяжении 180 лет. Практически все покупатели пар — коллекционеры, составляющие значительную долю клиентов компании Bovet. А лучшие экземпляры коллекции Fleurier завоевали награду за дизайн корпуса, при этом вершиной мастерства отмечены и высокоточные механизмы «Престиж». Еще одна особенность часов Bovet представлена их циферблатами с миниатюрной живописью, техникой перегородчатой эмали и гильошированием. Например, циферблат своего нового репетира эмальеры украсили «портретом» амурского тигра. Причем все детали прорисованы настолько тщательно и реалистично, что кажется, будто стрелки могут задеть усы хищника.

Van Cleef & Arpels, коллекция Tourbillon Paon: сочетание классического платинового корпуса и полихромной выемчатой эмали champlevé, дает эффект трехмерного изображения. Пять моделей с различными изображениями представляют уникальность и исключительность коллекции.

Фирма Faberge подарила миру лучшие образцы гильошированных поверхностей и, конечно же, синий и белый цвета эмали, которые известны знатокам как королевский синий и белый устричный. Современные коллекции немецкой компании Faberge, следуя традициям и моде, выпустили часы со строгим циферблатом, достойные королевских особ.

Ulysse Nardin, прославившаяся в свое время как производитель лучших в мире морских хронометров, и сейчас хранит верность морю. Доводя до совершенства механику, специалисты Ulysse Nardin возрождали почти утерянное искусство эмалей. И теперь глубокий синий цвет циферблатов хронометров является визитной карточкой компании. Последняя коллекция, посвященная победе адмирала Нельсона в Трафальгарском сражении, из серии «На службе Ее Величества Вооруженных сил Великобритании» продолжает эту традицию. Циферблат выполнен в технике перегородчатой эмали. Это произведение искусства, выполненное на поверхности циферблата, имеет в диаметре лишь два сантиметра! Пятьдесят часов работы опытного эмальера, около 20 обжигов в печи!

Vacheron Constantin спустя четыре года после первого показа быстро ставшей легендой серии Patrimony Explorers, созданной в честь великих исследователей, представляет две новые модели, на сей раз отдавая дань Марко Поло и Христофору Колумбу. Великолепные часы со сложным механизм и эмалью выпущены тиражами по 60 экземпляров каждый. Стилизованную карту защищает сапфировое стекло. Корпус выполнен из 18-каратного желтого золота диаметром 40 мм, 12 часовых указателей выезжают поочередно в нижнем секторе шириной 132 градуса, указывая на минутной шкале текущее время.

В некоторых городах России швейцарские фирмы держали по несколько магазинов, складов и мастерских, где собирались готовые часы из привезенных деталей. В немалой степени такой практике содействовала таможенная политика России. Так, по конвенционному тарифу начала XX в. пошлина на часы в металлическом корпусе равнялась 1 руб. 60 коп., в серебряном — 2 руб. 75 коп., в золотом — 6 руб. 30 коп. Пошлина же на готовые часы в корпусах была настолько велика, что превышала стоимость некоторых дешевых видов часов, поэтому выгодно было привозить только наиболее дорогие часы, а дешевые — поставлять в разобранном виде. С разобранных частей пошлина взималась по 75 коп. с фунта, так как детали рассматривались как металл. Часы поставлялись на всю территорию России — до Владивостока и границ Туркестана. Со временем импорт часовой фурнитуры намного превысил ввоз готовых часов. Ввоз часовых деталей к середине XIX в. составлял около 25 тыс. руб., а в начале XX в. — уже приблизительно 3 млн руб. В 1917 г. произошел резкий спад импорта часовой фурнитуры до 1 млн 295 тыс. руб.

Лиможские эмали

Эмалирование — один из красивейших видов искусства, уходящий корнями в глубокую древность. Работы искусных мастеров поражают своей изысканностью и благородством. Яркие и невероятно сочные цвета изделий с эмалями приобрели популярность во всем мире. Первенствующее место в области изготовления «огневых» искусств занимает небольшой французский городок Лимож (Limoges).

«Рождество», (1657 – 1727). Эмаль по меди. Лимож. Коллекция муниципального музея Шалон в Шампани

Лимож расположен неподалеку от центра Франции, и его по праву можно назвать фаворитом в производстве эмалевых изделий. С времен Средневековья и по сей день этот город пропитан удивительной творческой атмосферой, под влиянием которой создаются великолепные произведения искусства.

История ювелирного дела в Лиможе берет свое начало из глубины веков. Технологию выемчатой эмали в городе зародили кельты. И уже в XII–XIII веках она становится широко популярна и почитаема лиможскими эмальерами.

Этому способствовало наличие в Лиможе всех необходимых для эмалевого производства составляющих: кристаллического кремнезема и окислов металлов для стеклянной массы и ее окрашивания, окисленной воды для очищения порошка. А поскольку Лимож находился на перекрестке торговых путей, туда доставлялись и другие компоненты: из Англии привозилось корнуэльское олово, необходимое в изготовлении эмали и делающее ее непрозрачной, из Испании доставляли сафру (saphare) — это особый краситель, смесь окиси кобальта и натрия, образованный естественным путем. Именно сафру добавляли лиможские эмальеры в синие эмали, получая тем самым свои неподражаемые глубокие и насыщенные тона.

Несмотря на то что эмалевое производство в Лиможе продолжается и сегодня, принято выделять два периода расцвета лиможского творчества. Первый — это так называемая «старая школа» (конец XV — первая треть XVI века). В основу искусства легла техника выемчатой эмали. Эмали использовали как кабошоны. Изделия покрывали крупными круглыми каплями прозрачной эмали, подкладывая под них металлическую фольгу,

что делало их похожими на драгоценные камни. Мастера создавали предметы церковного обихода, иконки, алтари-триптихи, поцелуйные образки. Для этого периода характерны также художественные принципы позднеготического витража, в котором графичный контур фигур дополняется росписью. Общей чертой для произведений этой школы остается праздничное, яркое сияние росписи, усиленное введением в нее линий, пятен золота и эмалевых кабошонов.

В отличие от предметов первого периода, где легко прослеживаются средневековые черты, во втором периоде расцвета лиможских эмалей технология меняется. От старой ее отличает светский характер изделий и росписи.

Так называемая «новая школа» приблизительно с 1530-х годов по начало XVII века. В Лиможе активно развивалась роспись по эмали. Большое внимание уделялось живописи в стиле гризайль. На пластину, отгрунтованную черной эмалью, наносили изображение белой эмалью. Темный фон просвечивал больше или меньше, в зависимости от толщины слоя эмали, что давало серые полутона. Изображение получалось слегка рельефным, так как использовали тугоплавкую белую эмаль.

В основе другого способа заложены графические приемы: черное основание покрывали тонким слоем белой эмали, процарапывали в увлажненном слое рисунок и придавали изображению пластичность посредством штриховки. После этого эмаль обжигали. Часто белую эмаль обогащали цветной эмалью. В этой технике цвета нельзя было смешивать, иначе результатом получался грязный цвет. После каждого наложения цвета эмаль подвергали обжигу, закрепляя ее на пластине. Очередность наложения эмали определялась температурой плавления, начиная от самых низких (ок. 600°С) к более высокими (800–900°С). В завершение роспись покрывали тонким слоем прозрачной эмали — фондона, который предохранял ее от повреждений. Для того чтобы выделить и подчеркнуть детали рисунка, эмаль прописывали золотом. А на обратную сторону медной пластины наплавляли бурую и темную эмаль, называемую контрэмалью. Это делали для того, чтобы предотвратить деформацию меди.

Эмальеры ставили опыты над своим излюбленным материалом, находя все новые решения. Лимож становился активно развивающимся центром ювелирного искусства, приемы, применяемые лиможскими мастерам, были неизвестны мастерам из других городов. Лиможский рынок быстро наводнялся вещами удивительной красоты. Виртуозно расписанная посуда, шкатулки-реликварии, кувшины, декоративные доски для фасадов, пластинки-портреты имели большой спрос как у туристов, так и у жителей города. Из-за сложной технологии изготовления возрастала и ценность изделий. Их не использовали в быту, а выставляли напоказ, тем самым демонстрируя материальное благосостояние семьи.

К середине XVII века с эмалями больше работали ювелиры и миниатюристы. И хотя спрос на их работы был также очень велик, лиможская эмаль как таковая начинала угасать. К началу XVIII века она исчезает, останавливается производство и эмалевых сосудов. На их место приходят более популярные в то время изделия из фарфора и фаянса.

Сегодня шедевры лиможских мастеров ценятся во всем мире. Многие из них выставляются в музеях. Экспозиции с эмалями похожи на волшебные сокровища. Изделия не перестают удивлять своей красотой, детальной проработкой и искусным сочетанием цветов.

Александр Гуделайтис, Юлия Агалюлина

Деталь ковчега «Убийство Томаса Беккета», конец XII-ого века. Эмаль по позолоченной меди. Лимож.
«Крещение Христа», (1637-1717). Эмаль по меди. Коллекция муниципального музея Шалон в Шампани.
Лиможская эмаль. Изготовлено Жюлем Лоденом в 1663 г. Из коллекции музея Сан Реми, Реймс.

Скрипка Ротшильда в дар Эрмитажу

Недавно коллекция Эрмитажа пополнилась еще одним современным произведением. Художник-ювелир Владимир Иосифович Войчишин преподнес в дар свою работу «Скрипка Ротшильда».

Подарки музею — не частый случай, особенно если это касается ювелирного искусства. В 2002 году в Эрмитаже состоялась выставка «Ювелирный авангард», по окончании которой коллекцию музея пополнили несколько работ художников, став началом формирования собрания современного ювелирного искусства. Дарение произведения, своего или приобретенного, — благородный жест. Однако музей принимает не все — будущие экспонаты тщательным образом отбираются, но это один из возможных путей формирования и пополнения коллекции искусства нового времени. Подобным образом в Эрмитаж попали произведения современных художников Луиз Буржуа, Пьера Сулажа, Ильи Кабакова.

Произведение Влада Войчишина было принято, хотя имя этого мастера не особенно известно в Петербурге. Не хочет ли художник таким способом себя прославить? Но почему бы и нет! Любой мастер стремится к известности, пытаясь достичь славы разнообразными средствами: PR-ходом, эпатажем, обращением к самому низкому жанру с использованием шокирующих деталей. Владимир Войчишин — интересный и оригинальный художник со своим видением мира. Мастер современного искусства привлекает к себе внимание грандиозными по размеру и замыслу работами. Чаще всего это станковая скульптура, выполненная с тщательной детализацией, демонстрирующей профессиональное владение материалом.

Фраза Войчишина: «До Эрмитажа можно идти долго и так никогда и не дойти» — кроме достигнутого уровня мастерства говорит о непростой биографии мастера. Он родился в 1954 году на Алтае в городе Барнауле. Там же окончил ювелирное училище и технический университет. Трудности в годы перестройки побудили уехать за рубеж, где он задержался на 10 лет. Работал в Кении, ОАЭ, США, Германии, Англии, Голландии. Одновременно в эти годы он интенсивно занимался художественным самообразованием, накапливая творческий потенциал. Открытый миру, интересующийся и постоянно совершенствующийся мастер, Войчишин по велению судьбы оказался в Канаде. В Ванкувере он слушал курс современного искусства, учился работе с деревом у этнических индейцев и создал с помощью бензопилы более 300 скульптур из канадского кедра, которые экспонировались в местном Музее антропологии. Однако персональной выставке в Канаде предшествовали выставки не менее значимые для творчества Влада. В Кении он постигал секреты работы с эбеновым деревом, в Америке (в Нью-Йорке) и Англии знакомился с творчеством современных художников и скульпторов, в том числе ныне знаменитого Дэмиана Херста.

Творчество Влада Войчишина связано с авангардным направлением, объединившим художников-ювелиров XX века, которые отказались от традиционного понимания назначения ювелирного искусства. Концептуальный подход, использование аллюзий и фантасмагорических форм, аб-

сурдное сочетание натуралистических образов в композициях — все эти составляющие произведения складывались в единую систему на протяжении долгой творческой жизни мастера. Его работы соединили в себе традиции старых мастеров и уже классиков XX века, которые выражены, в конечном итоге, в удачном подборе материала и оригинальных идеях, основанных на концепции сюрреализма.

В суть большинства работ мастера сложно проникнуть без его подсказки. Еще одна черта Войчишина — умение теоретизировать и говорить о своих вещах.

Сюрреализм, глубокий символизм и образованность лежат в основе творений Войчишина. Такова «Скрипка Ротшильда», которую Эрмитаж выбрал из всех предложенных работ, выполненная по мотивам одноименного рассказа А. П. Чехова.

Чехов — один из любимых писателей Войчишина, в его небольших и емких рассказах зачастую заключены истории человеческих судеб. Свои мысли и переживания художник выразил посредством пластической композиции. К дубовой подставке в виде стилизованного аршина прикреплена с помощью золотых цепей серебряная чаша весов. На ней выгравированы ноты песни «Хава Нагила» и помещена скрипка. Лопнувшие золотые струны лежат на деке, струнодержатель — в форме человеческого уха, конец свисающего грифа — позолоченная улитка. По стойке подставки ползет паук-крестовик, инкрустированный изумрудами. Сложное техническое исполнение композиции построено на применении различных ювелирных технических приемов: ковки, ручной гравировки, литья, вставки синтетических и натуральных камней. Мастер создал для зрителя иллюстрацию к рассказу Чехова, оставляя возможность для собственной интерпретации. Хорошо владея своим искусством, он детализировал композицию, использовав приемы из арсенала реалистической скульптуры, но все же остался верным сюрреализму.

Владимир Войчишин, по словам самого мастера, закрытый скульптор, неработающий специально на заказ. Однако талант художника-графика, ювелира, гравера и скульптора оценен далеко за пределами родины. Примером служат работы, находящиеся в различных частных коллекциях известных людей (актера Хью Гранта и певицы Селин Дион). Пополнилось и собрание Эрмитажа. Хорошим доказательством признания творчества Владимира Войчишина в России является выставка, которая прошла в Москве в конце октября. Смелые и оригинальные работы художника-ювелира были выставлены в здании Государственной думы на Тверской улице, затем скульптурная серия отправится в Канаду.

PRIMOSSA

Торговый Дом «Примоса»

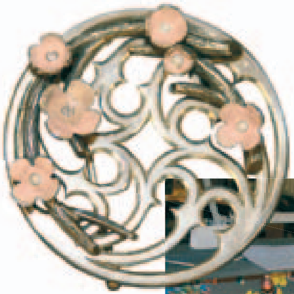
Производство обручальных колец.
Ассортимент более 300 моделей.
Ежемесячное обновление коллекций. Гибкая система оплаты.

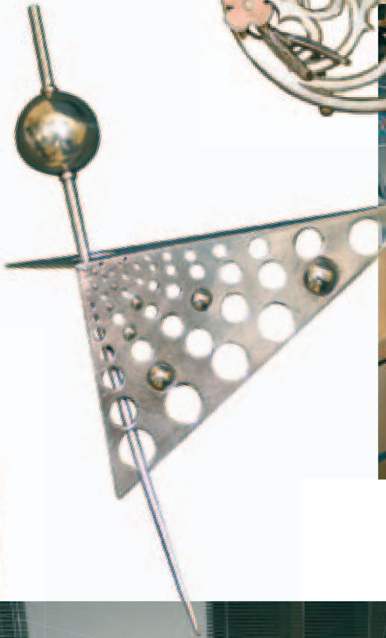
Санкт-Петербург,
ул. Химиков, д. 26, корпус 1
Тел./ факс (812) 458 52 37
www.primossa.ru
e-mail: primossa@mail.ru

Так хочется индивидуальности, красоты, безукоризненного качества и МАСТЕРСТВА!

Школа ювелирного мастерства работает в Санкт-Петербурге с 2001 года и известна далеко за пределами родного города и даже России. Как ни странно, при таком обилии ювелирных компаний в нашей необъятной стране образовательных учреждений, занимающихся подготовкой кадров для ювелирной промышленности, мягко сказать, мало, их можно пересчитать по пальцам руки. Поэтому в Санкт-Петербургскую школу приезжают учиться из всех городов России независимо от расстояний.

Тот факт, что среди студентов школы можно встретить буквально всех представителей стран СНГ, а также Финляндии, Болгарии, Канады и других дружественных нам стран, говорит о том, что не только у нас уделяется недостаточное внимание профессиональному образованию ювелиров. Хотя бывают и исключения. В прошлом году нам довелось побывать в Институте Дизайна, расположенного в городе Лахти в Финляндии. Ювелирное направление в этом институте не основное. Студенты пробуют себя в самых разных ипостасях и выбирают то, что окажется им ближе всего. Материально-техническая база Института финансируется государством. Уровень оснащения учебных мастерских, а также поддержка студентов во время обучения вызывает шоковый эффект. Смотришь на все это с грустью и понимаешь: страшно далеки мы от благополучной Финляндии. Наша родная страна не только не создает новые современные учебные заведения, соответствующие современному уровню развития ювелирной промышленности, но и не поддерживает те немногие учреждения, которые еще выживают, для того чтобы выдать «на гора» выпускников, олицетворяющих будущее российской «ювелирки». Это будущее зачастую воспитывается в старых мастерских с ничтожным количеством инструмента, который едва ли еще годится для выполнения высококачественных ювелирных изделий. Современное оборудование и новый инструмент ребята могут увидеть разве что на выставках. Россия — удивительная страна. Несмотря на все эти печальные обстоятельства, есть, есть у нас еще энтузиасты, которым небезразличны такие профессиональные понятия, как





качество, мастерство, а также такие личные определители, как порядочность, возможно, даже альтруизм. Это те педагоги и учреждения, которые искренне надеются, что сегодняшняя ситуация изменится, что имена российских ювелиров, как и прежде, будут известны всему миру.

Когда этой весной в Санкт-Петербургскую школу ювелирного мастерства приезжали студенты и преподаватели вышеописанного Института Дизайна (Финляндия), они были буквально потрясены уровнем и качеством работ, которые выполняют наши ребята, обучаясь всего 6—9 месяцев. Школа осуществляет подготовку по специальностям: ювелир-монтировщик, ювелир-закрепщик, эмальер, дизайн ювелирных украшений. Возможно как обучение с нуля, так и повышение квалификации для опытных специалистов. Характерная особенность школы — это минимум теории в привычном лекционном понимании. Теория, конечно, дается, но идет в процессе обучения, поэтому не надо объяснять, для чего нужны те или иные понятия. С первого же занятия студент садится за верстак и познает науку с инструментом в руках. Ведь, согласитесь, большинство ювелирных специальностей — рабочие, и постигать их необходимо в первую очередь через руки. В школе предусмотрены дневная и вечерняя формы обучения, поэтому есть возможность выбрать наиболее удобный вариант. Важным моментом для будущих ювелиров является вопрос трудоустройства. За время своего существования школа хорошо зарекомендовала себя на рынке, поэтому к нам часто обращаются за выпускниками.

Преподаватели НОУНПО «ШЮМ», представители классической ювелирной школы, приучают ребят к тщательной, кропотливой работе, основным критерием которой является качество. Самое интересное, что нередки случаи, когда приходят бывшие выпускники, работающие в тех или иных ювелирных компаниях, и рассказывают о том, что им приходится непросто. Тот уровень качества, к которому они привыкли в школе, оказывается не нужным ювелирному предприятию. Что тут скажешь...

К сожалению, российская ювелирная промышленность, хотя и ассоциируется у обывателя с чем-то красивым, блестящим, праздничным, на деле имеет еще немало темных пятен. Мне кажется, время все расставит на свои места. Ведь так хочется индивидуальности, красоты, безукоризненного качества и МАСТЕРСТВА!

Любовь Коненкова

Является ли «чистое» золото действительно чистым?

Валерио Фачченда окончил факультет промышленной химии в Римском Университете в 1964 году. Был советником во Всемирном Золотом Совете (Великобритания). В этом качестве выступал с докладами на семинарах, проводимых в Испании, Швейцарии, Турции, Индии, Китае, Мексике, Арабских Эмиратах и др. Предлагаем вашему вниманию доклад, представленный на Международном Симпозиуме ювелиров в Санкт-Петербурге.

Валерио Фаччента,
фирма Pomellato S.p.A., Италия

1. Введение

С тех пор как человек открыл золото, оно всегда считалось мерой ценности товаров при меновой торговле. Уже в древности его рассматривали как единый эквивалент, то есть деньги.

Поэтому мы можем сказать, что с самого начала истории чистота золота и в слитках, и в изделиях из золотых сплавов строго контролировалась. Ну а ювелиры всегда старались эти законы тщательно соблюдать. Клеймо, обозначающее чистоту, на золотые изделия начали ставить еще в Древнем Египте во II веке до н. э. Обязательное же апробирование всех драгоценных металлов вошло в обычай начиная с 1300 года в средневековой Англии.

Завышение пробы, то есть маркировка изделия клеймом, обозначающим чистоту выше истинной, всегда считалось и нарушением морали, и преступлением, подлежащим судебному преследованию. В Англии вплоть до 1815 года ювелира, уличенного в завышении пробы, могли даже приговорить к смерти. Теперь ситуация, конечно, не настолько драматична: нечестных ювелиров уже не казнят, даже и в Англии!

Тем не менее проба по-прежнему остается объектом пристального внимания. Поэтому основная цель таких международных организаций, как Emagold и Amagold, гарантировать, что истинное содержание чистого золота в изделиях, поступающих в продажу, соответствует проставленной на них пробе. До происхождения же тех изделий, которые не являются золотыми, и ответа на вопрос «сколько золота непреднамеренно оказывается в золотом слитке или сплаве?» никому нет дела. В конце концов, вес посторонних элементов считается лишь в нескольких частях на миллион (p.p.m. = миллиграммы на кг золота).

Но даже эти несколько p.p.m. посторонних элементов, присутствующих в чистом золоте, используемом для сплавов, могут оказать серьезное неблагоприятное воздействие на качество изделий, из этого сплава произведенных.

В докладе на нескольких примерах и будет описано воздействие этих элементов на качество конечных изделий.

Мы также обсудим происхождение этой проблемы, которая может возникнуть как при изготовлении золота в банковских слитках, так и в очищенном золоте, произведенном аффинажем лома. Кроме того, будет предложен проект закупочных деклараций, предназначенный для сведения этих неприятных случаев до минимума

2. О чистоте золотых слитков, используемых в ювелирном производстве

Если проследить за поставками сырьевого золота и спрос на него за минувшие годы, приведенные в табл. 1, то увидим, что спрос всегда выше [1].

Разница покрывается за счет банковских слитков или золота, полученного из различных источников (драгоценности, электроника и т. д.).

Все слитки сертифицированы, и чистота золота идет от гарантируемого для качественных слитков минимума в 995 до 999,9 или даже 999,95.

Существует только одна стандартная спецификация на чистоту золота, это ASTM-S62 (Американское общество по испытанию материалов): «Стандартная спецификация на очищенное золото» [2]. В этом стандарте учитываются 4 степени чистоты:

995, 999,5 999,9 и 999,95.

Согласно этой спецификации испытание плавлением проводится только для самой низкой степени чистоты, то есть 995. Во

Таблица 1. Мировой спрос на золото для ювелирного производства

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Спрос	2,559	2,64	2,812	2,856	3,311	3,182	3,154	3,232	3,038	2,689
Поставка	2,291	2,285	2,291	2,375	2,493	2,542	2,574	2,591	2,623	2,587
DMT	268	355	521	481	818	640	580	641	415	102

всех других случаях содержание золота определяется по количеству посторонних элементов.

Обычно не дают сведений о наличии посторонних элементов, которые могут присутствовать в чистом золоте (рис. 1), если не предъявлены особые требования, рассматриваемые как предмет соглашения между поставщиком и покупателем.

Стандартная спецификация такой возможности не исключает. Имеется примечание, гласящее, что «в соответствии с соглашением между изготовителем и покупателем может быть потребован анализ и установлены пределы для элементов, не указанных в стандарте».

В стандарте ASTM B-562 верхние пределы для примесных элементов в золоте 995 пробы (слитки удовлетворительной поставки) не установлены, в то время как для золота 999,5 перечислены 5 примесных элементов, для золота 999,9 пробы — 13 элементов, а для золота 999,95 пробы — 11 элементов. Палладий (Pd) включен в перечень примесных элементов, платина (Pt) даже не упоминается (может быть, потому что она дороже золота?) [3] и, более того, не упоминаются другие металлы платиновой группы (МПГ) вроде осмия (Os), индия (Ir), рутения (Ru) и родия (Rh). Как мы увидим позже, именно МПГ — главная причина возникших недавно проблем с качеством.

Ювелиру очень важно точно знать происхождение золота. Не всегда это возможно, а точнее, это легко и просто для банковских слитков, но куда сложнее (а то и вовсе невозможно) для слитков, выплавленных из отходов ювелирного производства. Особенно полезно иметь анализ примесных элементов, даже если для некоторых элементов, нерастворимых в золоте, он осложняется проблемами отбора образцов. Часто рафинеры неохотно выдают результаты анализа этих элементов в дополнение к анализу чистоты золота. Такое впечатление, что аффинаж нередко выполняется вслепую. Рафинеры могут выполнить пробу плавлением, но не всегда умеют сделать анализ на приборах. Расчет чистоты обычно правилен, но мы не уверены, что в золотом слитке не будет «опасных» элементов, которые могут привести к серьезным проблемам качества.

3. Проблемы качества, вызванные содержанием примесных элементов в слитках чистого золота

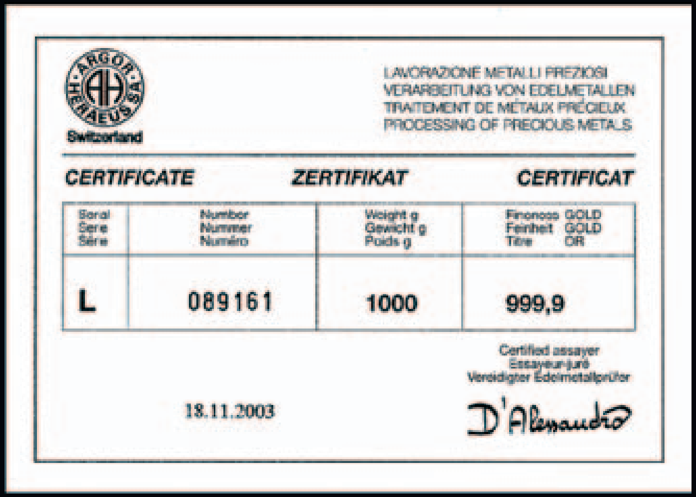
В последние годы проблемы качества изделий были связаны с «загрязнением» золотых слитков. Как говорилось выше, происхождение золота проследить трудно даже на одной-единственной фабрике, но в некоторых случаях можно определить причину и вероятную природу дефектов. Собрав больше сведений, мы поняли, что подобные случаи не редкость, и дефекты эти связаны не только с присутствием МПГ. Основная причина заключается в них, но проблемы могут вызываться и другими металлами. За последнее время дефектов такого рода становится больше, во всяком случае, в Италии.

А теперь хотелось бы поговорить о конкретных случаях, и начнем мы как раз с того, самого первого, который и привлек наше внимание к этой проблеме.

Случай 1

Он произошел в компании Pomellato несколько лет назад. Прежде такого никогда не случалось. Шел конец года и проводилась производственная кампания, для чего у поставщика была куплена довольно большая партия 18-каратного желтого золота. Этот сплав предполагалось использовать для литья по выплавляемым моделям как на Pomellato, так и частными литейщиками.

Финишная обработка полностью делалась на Pomellato, и после окончательной полировки в изделиях обнаруживались «хвосты кометы». Эти дефекты были вызваны твердыми включениями, имевшимися в некоторых участках поверхности изделий. Насколько было возможно, проследили, как эти изделия во время литья размещались на елочке, и выяснилось, что расположение твердых включений соответствовало нижней поверхности отливок.


ARGOR HERAEUS SA
Switzerland

LAVORAZIONE METALLI PREZIOSI
VERARBEITUNG VON EDELMETALLEN
TRAITEMENT DE MÉTAUX PRÉCIEUX
PROCESSING OF PRECIOUS METALS

CERTIFICATE ZERTIFIKAT CERTIFICAT

Serial Serie Série	Number Nummer Numéro	Weight g Gewicht g Poids g	Fineness GOLD Feinheit GOLD Titre OR
L	089161	1000	999,9

Certified assayer
Essayeur-juré
Vereidigter Edelmetallprüfer

18.11.2003

D'Alessandro

Рис. 1. Пример сертификата, прилагаемого к банковскому слитку

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
Трёхмерное моделирование и прототипирование на самом современном оборудовании
СОВЕРШЕНСТВУ ПОВЕРХНОСТИ
СОВЕРШЕНСТВО ФОРМЫ
Санкт-Петербург, ул. Цветочная, д.25, офис 508
Телефон/Факс +7(812)7187602 +7(812)3363948
www.promtehspb.ru
реклама

Металлографический анализ, проведенный на СЭМ, оборудованном рентгеновским EDS-анализатором, показал, что скопления нерастворимых металлических частиц присутствовали на труднополируемой поверхности (рис. 2). С помощью дюрометра Райхарта с 5-граммовой нагрузкой были сделаны замеры микротвердости этих включений. Показатель твердости оказался в 7–8 раз выше, чем у основного образца (950-1080 HV по сравнению с 136 HV для основного образца). EDS-анализ показал, что твердые фазы сформированы из МПГ, главным образом из осмия и иридия с небольшим процентом родия и рутения (рис. 3, 4). В некоторых частицах было обнаружено присутствие вольфрама.

Этот дефект нельзя отнести на счет производства. В поставленном сплаве МПГ, без сомнения, уже присутствовали. Более глубокое исследование показало, что поставщик для производства сплава с чистотой 995 использовал стандартные слитки. Также выяснилось, что этот тип дефекта уже известен, хоть встречается и нечасто. И чаще он появляется, когда для получения сплава используются старое золото в слитках 995 пробы, полученное в Южной Африке, но очищенное не электролитическим методом.

Солидные производители высококаратного золота заявили, что в таких случаях вся ответственность лежит на производителях сплава, которые не могут сослаться на отсутствие точно составленной закупочной спецификации.

Поставщик ювелира должен знать, что тому необходимо для работы и, соответственно, снабжать пригодными для этого материалами.

Чтобы избежать этого дефекта, было решено для 18-каратных сплавов использовать золото 999,9 пробы, а золото 995 или 999 проб пустить на более низкокаратные сплавы (14 или ниже). Однако, несмотря на все предосторожности, дефект продолжал появляться раз или два в год. Правда, поставщики все-таки признали свою ответственность

Тогда мы проконсультировались с Биллом Рапсоном, который сказал, что дефект ему известен, и он характерен для золота, добываемого в шахтах Витуотерсрэнда, потому что в этих рудах присутствуют МПГ [4]. Он также сказал, что проблема касалась старых золотых слитков, изготовленных по технологии Миллера.

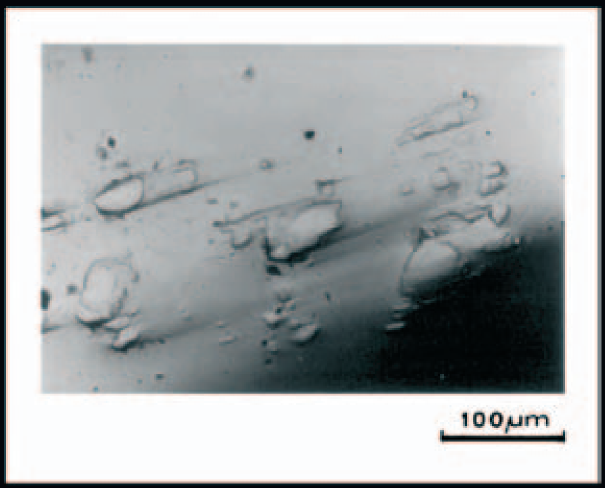


Рис. 2. Случай 1: твердые включения и «хвост кометы» на поверхности изделия, отлитого по выплавляемым моделям

Более поздние случаи в Pomellato

После того первого литья несколько лет такие дефекты больше в Pomellato не появлялись, возможно, потому, что золото в слитках закупалось с большей тщательностью, а для литья по выплавляемым моделям даже производилось на фабриках Pomellato, обычно из банковских слитков 999 пробы. Но потом проблема возникла снова.

Случай 2

Этот случай был менее серьезным, чем предыдущие, но не менее тревожным.

Твердые включения обнаружились на поверхности изделия после окончательной полировки. Анализ на СЭМ после полировки металлографических шлифов показал наличие почти сферических металлических включений (рис. 5). EDS-анализ показал, что включения эти состоят из иридия и кобальта. Их твердость составляла 860 HV. Немедленно проверили всю партию, но больше таких дефектов не обнаружили, по крайней мере, на поверхности.

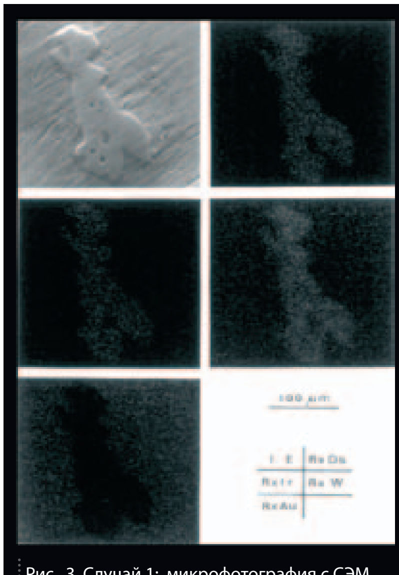


Рис. 3. Случай 1: микрофотография с СЭМ и рентгенограмма твердого включения с рис. 2

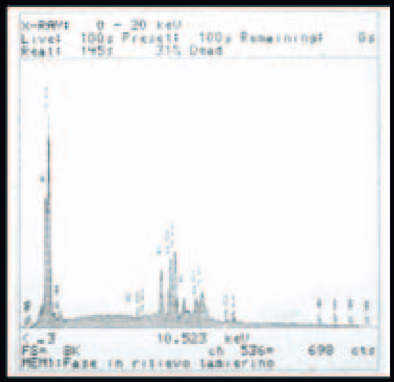


Рис. 4. Случай 1: состав твердых включений с рис. 3, как показал микроанализ на as EDS-СЭМ

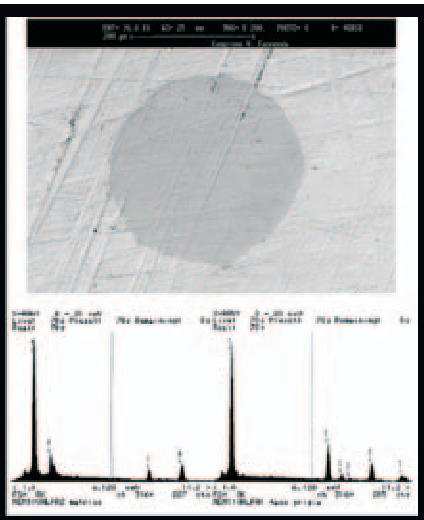


Рис. 5. Случай 2: микрофотография с СЭМ, изображающая твердое включение в металлографическом шлифе, и EDS-анализ основного образца (слева) и частицы (справа)

Оборудование, инструмент, материалы для ювелиров.
Все для работы – в одном месте!
www.sapphire.ru
САПФИР
Торговый дом «Грани»: полудрагоценные камни
«Twinpiks»: восковые модели
«Спектр Холдинг»: камни первой группы
«Сапфир»: оборудование, инструмент
«Сагерт»: витринное оборудование, упаковка, мастер-модели
ДЛЯ КОНТАКТОВ:
Грани: тел.: (495) 967-3643, факс (495) 698-5657, mail@tdgrani.ru, www.tdgrani.ru
Сагерт: Москва, тел./факс: (495) 974-2505, 974-2380, info@sagert.ru. www.sagert.ru
Сапфир: тел.: (495) 739-4311, факс (499) 179-3851, info@sapphire.ru, www.sapphire.ru
Спектр Холдинг: тел.: (903) 258-9391, тел./факс: (495) 739-4311, caletta@rambler.ru
Twinpiks: тел.: (903) 124-7007, info@twinpiks.ru, www.twinpiks.ru
АДРЕС У ВСЕХ ОДИН:
Москва, ул. Люблинская, 18А – Торговый центр «Сапфир»
реклама

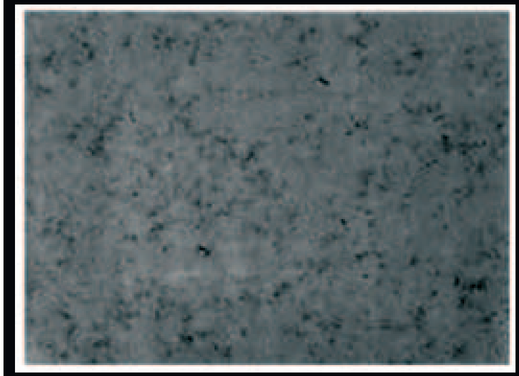


Рис. 6. Случай 3: скопления нерастворимых металлических частиц, видимые в металлографическом шлифе

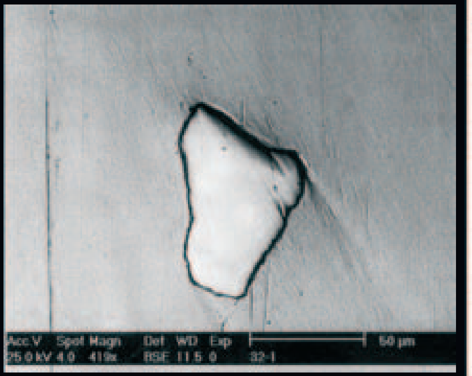


Рис. 7. Случай 4: твердые частицы, видимые на полированной поверхности изделия

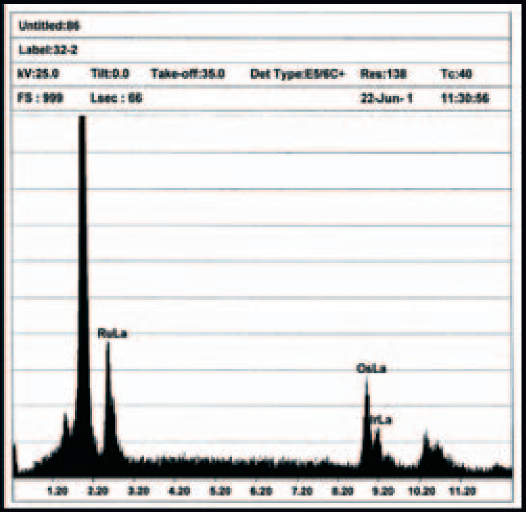


Рис. 8. Случай 4: EDS-анализ твердых включений с рис. 7

Случай 3

Этот случай — самый распространенный. Изделие нельзя отполировать, поскольку почти вся поверхность усеяна мелкими твердыми включениями. Металлографический анализ показывает скопления очень мелких частиц. Диаметр этих скоплений около 30–40 мкм, и лишь единичные частицы крупнее 3–5 мкм.

Обычно дефекты такого рода возникают, когда для изготовления сплава использовались слитки возвратного золота [5]. В этих случаях нерастворимые частицы оказались иридием, как видно из EDS-анализа (рис. 6).

Недавние случаи

Дальнейшие примеры относятся к недавним случаям, произошедшим на разных итальянских фабриках.

Случай 4

На поверхности изделия, обработанного на станке, обнаружились твердые включения, проявившиеся после окончательной полировки в виде «хвоста кометы». Анализ на СЭМ показал присутствие нерастворимых частиц, выступающих из поверхности, размером 50 мкм или более (рис. 7). EDS-анализ показал, что частицы состоят из осмия, иридия и рутения (рис. 8).

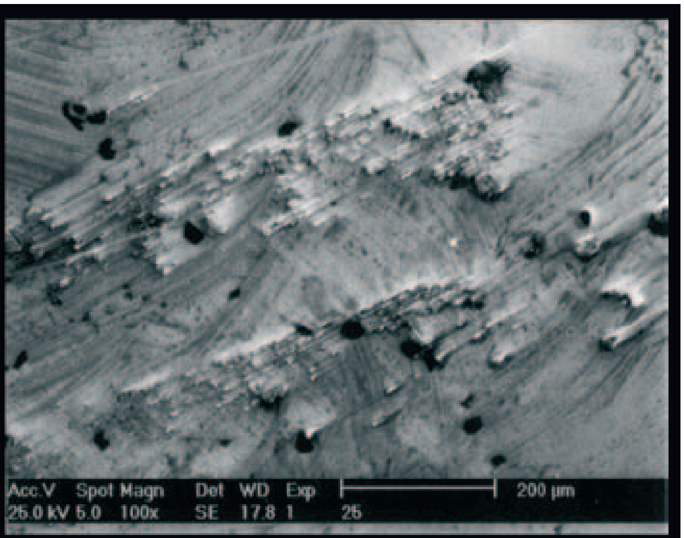


Рис. 9. Случай 5: частицы из второй фазы, видимые на растрескавшейся поверхности готовой заготовки из 18-каратного золота

Случай 5

Этот дефект проявился в готовой заготовке. Обнаружились твердые частицы из второй фазы (рис. 9).

EDS-анализ показал, что частицы состоят в основном из иридия.

Дискуссия

Не следует игнорировать вероятность случайного появления элементов, вызывающих охрупчивание, например железа. Объяснить это можно только неправильной очисткой, а наиболее частые случаи связаны с присутствием МПГ, которые порождают очень твердые частицы второй фазы.

Несколько МПГ могут появляться вместе: в этом случае мы обнаруживаем осмий и иридий, а также — с меньшим процентом — родий и рутений и иногда вольфрам. В другом случае находим только иридий, порой сопровождаемый другим металлом, например кобальтом. В подобных обстоятельствах предполагаются два различных происхождения: слитки банковского золота с большим содержанием нескольких МПГ одновременно или слитки, выплавленные из отходов, когда иридий присутствует один или с каким-то другим металлом, например кобальтом.

Возникает естественный вопрос: откуда в возвратном золоте берутся МПГ или иные металлы?

Как уже говорилось, в последнее десятилетие спрос на золото для ювелирного производства всегда превышал предложение со стороны золотодобытчиков. Поэтому золото в слитках постоянно изымалось из банковских резервов, и вполне возможно, что на рынок попадали старые слитки, очищенные только миллеровским процессом, который не гарантирует удаления МПГ. Только этим обстоятельством можно объяснить, откуда берутся нерастворимые твердые частицы с содержанием некоторых МПГ.

DANIALIS
средство по уходу за драгоценностями
реклама
DANIALIS
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ
DANIALIS
для золота
для серебра
«DANIALIS», 199034, Санкт-Петербург,
В.О. 16-я линия, д.7, оф. 59
Тел./факс: (812) 328 05 51/61, 327 75 65/66
Дилеры:
Москва:
ООО «КЛИО»
119991, Москва, Ленинский пр., д. 6
Тел./факс: (495) 237-3996, 237-4842, 237-6766
Санкт-Петербург:
ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
Санкт-Петербург, ул. Цветочная, д. 25, офис 508
Тел./факс: (812) 718 76 02, 336 39 48
Республика Беларусь:
ОДО «Промэлектрооптторг»
+375 163 47 10 20
+375 163 47 15 45

Поскольку нас беспокоят частицы, состоящие только из иридия, возможно, с примесью кобальта, то мы можем предположить, что некоторые золотые слитки могут изготовляться из очищенного стоматологического или ювелирного золота (с добавками, измельчающими зерно).

В стоматологических сплавах добавки иридия и кобальта используются с давних пор для измельчения зерна и улучшения свойств, а в последние годы эти добавки стали широко применяться и в сплавах каратного золота для ювелирного производства.

Теоретически электролитический аффинаж, обычно выполняемый рафинерами, должен гарантировать удаление таких элементов, которые по идее должны оставаться на аноде [6]. Я говорю «по идее», потому что довольно часто некоторые МПГ обнаруживаются в сплавах, полученных из возвратного золота, как мы видели в вышеприведенных примерах. Знающие рафинеры допускают эту возможность.

По моему мнению, этому явлению есть только одно объяснение: механическое перемещение к катоду частиц «грязи» с анода во время электролитического аффинажа и последующее их улавливание осажденным золотом. Подобный электрохимический принцип Андреас Зилонка использовал для отвердевания поверхности изделий из 24-каратного золота, как описано в докладе на Симпозиуме в Санта-Фе в 1996 году [7].

Рафинеры, более обеспокоенные этой проблемой, которая может весьма отрицательно сказываться на качестве изделия, разработали процессы очистки, сводящие к минимуму вероятность того, что вредные элементы в таком опасном количестве будут присутствовать в очищенном золоте.

Как бы там ни было, но в этом случае абсолютной уверенности быть не может, потому что эти нерастворимые элементы в очищенном металле распределены неоднородно, и весьма трудно получить надежные образцы для полного химического анализа очищенного продукта.

Разрабатывая процесс очистки, рафинеры провели косвенное испытание, чтобы проверить отсутствие в очищенном золоте этих частиц второй фазы. Из образца очищенного металла вытягивали тонкую проволоку диаметром 0,1мм. Если она вытягивается без разрыва, считается, что нерастворимые частицы удалены.

Обычно используется 2-этапный процесс очистки: хлорирование (процесс Миллера), а затем — электролитический аффинаж, хорошо известный каждому знающему рафинеру. Согласно инструкции, когда концентрация неблагородных металлов становится слишком высокой, часть электролита заменяется свежим раствором.

Очевидно, удаление нерастворимых частиц, взвешенных в электролите с помощью, скажем, фильтрации или центрифугирования, не применяется.

Что может сделать ювелир?

Ювелир может принять меры предосторожности против подобных проблем, которые всегда увеличивают и сроки производства, и стоимость изделий. Во-первых, для своих сплавов он может покупать червонное золото (999,9), а не золото удовлетворительной поставки (995). Стоимость при этом повышается не намного.

В-вторых, рекомендуется как можно дальше отслеживать происхождение и самого золота, и сплавов из него.

На Pomellato существуют две производственные линии: литья по выплавляемым моделям и холодной обработки. Для литья по выплавляемым моделям используются высокопробные слитки. В холодную обработку идут готовые заготовки из каратных сплавов вроде проволоки, трубок или листового золота, закупаемые у аттестованных поставщиков. В литье по выплавляемым моделям сплавы разрешается переплавлять не более двух раз. Скрап второго литья и штамповки переплавляется в слитки, которые апробируются и отправляются на очистку. Возвратное, очищенное до 999,9 пробы золото апробируется снова в сторонней лаборатории. И конечно, нет никакой уверенности, что это то же самое золото, которое было отправлено на очистку. Поэтому делают количественный анализ и результат сравнивают с заявленной пробой.

«Грязный» металл, полировальная пыль и опилки переплавляются отдельно и дальше проходят тот же путь.

Необходима надежная очистка. Для этого проводят анализ спецификации, не ограничивающийся проверкой чистоты золота, но включающий и содержание посторонних элементов.

Рекомендации по улучшению поставки чистого золота

1. Основываясь на имеющемся опыте, выберите по крайней мере двух надежных поставщиков. Для начала желательно квалифицировать каждого поставщика, то есть собрать данные о его фабрике. Необходимо также посетить эту фабрику, чтобы оценить уровень организации и надежность производственного процесса. Квалификация поставщика — первый важный этап проверки качества.

Поставщику необходимо представить техническую спецификацию на закупку чистого золота и золотых сплавов, где будут представлены важные для качества изделия условия покупки. Например, химический состав (чистота и содержание примесей), требуемый размер и форма, упаковка, время поставки. Техническая спецификация должна быть возвращена покупателю с подписью и печатью, означающими, что уполномоченный представитель поставщика ее принял. Это будет официальный документ, используемый в спорных случаях.

Каждая партия золота должна быть четко промаркирована поставщиком, чтобы при необходимости можно было проследить ее происхождение. Очень важно, чтобы каждая партия происходила из одной плавки или листа. Никакие обрезки не допускаются. К каждой партии должна быть приложена декларация соответствия, утверждающая, что поставленная партия отвечает требованиям технической спецификации в соответствии с условиями контракта, согласованными с поставщиком.

2. По получении партии золота ее рекомендуется разделить на две части: меньшую, лучше с пробой и кодом партии, отложить в качестве образца на случай споров. Образец следует хранить, пока полностью не закончится производственный процесс. Большую — пустить в производство. Желательно также прокатать взятый от пластины образец до тонкого листа, чтобы выявить присутствие МПГ (иридия, осмия, рутения, родия). Нерастворимые МПГ, если таковые окажутся, могут привести к возникновению скоплений, проявляющихся на поверхности катаного листа в виде беловатых полос.

Выводы

Если вернуться к вопросу, заданному в заголовке, то ответ будет таким. Мы не всегда знаем, является ли чистое золото по-настоящему чистым, а можем только положиться на его «подтвержденную законом» чистоту.

Примесные элементы, которые могут присутствовать и в банковских слитках, и в аффинированном золоте, к юридическим последствиям, возможно, и не приведут, но могут иметь металлургическую важность и привести к непоправимым дефектам. Наиболее часто встречающиеся элементы вроде серебра и меди для металлургических характеристик не только не опасны, но и «естественны», поскольку добавляются при изготовлении сплавов каратного золота.

Наиболее же распространенными и опасными примесными элементами являются МПГ и особенно осмий, иридий, рутений и родий. Они могут перейти из руды или целевых золотых сплавов. Чаще всего такие элементы имеются в слитках, поступающих из южноафриканских рудников.

Для Италии проблема более характерна, возможно, просто по количественным причинам. Ведь только за 2002 год в Италии была закуплена 381 тонна чистого золота. Сравните с 90,8 тонны, закупленными всеми другими странами Евросоюза.

Дабы уменьшить вероятность возникновения этой проблемы, рекомендуется следующее:

- Закупать только банковские слитки 999,9 пробы.
- В случае закупки возвратного золота выбирать надежных поставщиков.
- Требовать сертифицированной очистки до 999,9 пробы по технологии, позволяющей удалять нерастворимые МПГ.
- Согласовывать закупочные спецификации на то, чтобы принимать во внимание не только узаконенную чистоту, но и опасные примесные элементы.

Признательность

Авторы выражают благодарность фирме Pomellato S.p.A. за разрешение опубликовать эту статью. Мы также признательны Chimet S.p.A. и LegOr Sri за бесценную информацию и Рою Рашфорту и Стюарту Грайсу за подробное обсуждение проблемы и полезные советы.

Литература

[1] Gold Survey 2003. Публикация фирмы by Gold Fields Mineral Services Ltd.

[2] ASTM-562. Стандартная спецификация на очищенное золото. Издание ASTM.

[3] Киннеберг Д. Дж. и др. Происхождение примесей в золоте высокой очистки//Труды симпозиума в Санта-Фе по технологии ювелирного производства. Изд-во Dave Schneller. 1997. С. 1.

[4] Рэпсом (Rapsom) У. С., Греневальд Т. Расход золота. Изд-во Academic Press. 1978. С. 28.

[5] Отт Д. Справочник по дефектам литья и иным порокам ювелирных изделий из золота. Изд-во WGC. 1997. С. 55.

[6] Роу П. Апробирование и очистка золота. Изд-во WGC. 1997. С. 24.

[7] Зилонка А. Электрохимическая обработка в ювелирной промышленности//Труды симпозиума в Санта-Фе по технологии ювелирного производства. Изд-во Dave Schneller. 1997. С. 395.

Предлагаем Вашему вниманию сборники докладов Симпозиумов 2002, 2003, 2005 гг. Сборники дают возможность получения актуальной информации от ведущих специалистов ювелирной отрасли. «Справочник по дефектам литья» и «Справочник литья по выплавляемым моделям» — переведенные издания Всемирного Золотого Совета. Эти книги являются необходимым техническим руководством и настольным пособием как для начинающих ювелиров, так и для профессионалов.

По вопросам приобретения книг обращаться по адресу:
• ООО «Международный Симпозиум ювелиров», 199406, г. Санкт-Петербург, ул. Шевченко, д. 21, корп. 1,
тел./факс +7 (812) 355-11-06

реклама

26 - 29 ноября

Организаторы: Объединение Универсальные выставки

УралЮвелир

8-я специализированная ювелирная выставка

2008

Екатеринбург, ЦК "Урал",
Студенческая, 3

2 площадки

КОСК "Россия"
Высоцкого, 14

Конкурс произведений современного ювелирного искусства

Основные номинации конкурса:
"Новая форма",
"Стилевая линия"

При поддержке:
Уральской Государственной инспекции пробирного надзора,
Правительства Свердловской области и Администрации г. Екатеринбурга

Приглашаем принять участие!

Тел./факс: (343) 355-00-49, 355-01-49
e-mail:uvelir@unexpo.ru, www.unexpo.ru

реклама

Выставочное Объединение
МИР КАМНЯ

XIII международная выставка

Петербургский Ювелир

11–14 декабря
2008 года

Санкт-Петербург,
Центральный
Выставочный зал «Манеж»,
Исаакиевская пл.,1

Гран-при конкурса

Конкурс
авторского ювелирного
и камнерезного искусства

Ювелирный Олимп

Номинации

Камнерезное искусство
Ювелирное искусство
Украшения интерьера
Ювелирная пластика
Оловянная миниатюра
Ювелирный камень
Оружейный кутюрье

Ярмарка

Ювелирные украшения
Камнерезные изделия,
Украшения интерьера,
Изделия художественных промыслов,
Коллекционные минералы,
Самоцветное сырье,
Сувениры,
Бижутерия

Адрес оргкомитета:
ООО "ВФ Мир камня"
Санкт-Петербург,
Васильевский остров,
Большой проспект, 83
(ДК им С.М.Кирова)
офис 335
тел/факс: 327-42-76
тел: (812) 327-42 75;
E-mail: info@gemworld.ru
olimp@gemworld.ru
www.gemworld.ru
Почтовый адрес: 191028,
Санкт-Петербург, а/я 49

«Архангел»
Автор Сергей Фалькин
Фотограф
Александр Иванов

реклама

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В ЭЛИТНЫЙ КЛУБ
VI ВСЕРОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА
ПИТЕР-ЮВЕЛИР
28 января по 1 февраля 2009г.
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
«МАНЕЖ» на Исаакиевской
Администрация
Санкт-Петербурга
Гильдия
ювелиров России
Ассамблея ювелиров
Санкт-Петербурга
реклама
(812) 337-15-79, 337-16-31, 337-14-21
p-jeweller@mail.ru, www.p-jeweller.ru

НОВИНКА!
DANIALIS
DANIALIS
Профессиональное средство для прилавков и витрин
• Разработано специально для ювелирных прилавков и витрин;
• Выдерживает высокие температуры галогеновых светильников;
• Не содержит нашатырный спирт;
• Обеспечивает антибликовый эффект;
• Обладает приятным запахом;
• Поставляется в комплекте с салфеткой из микрофибры.
Салфетка из микрофибры
• Мягкая салфетка деликатно очищает поверхность, не повреждая и не царапая ее;
• Антибактериальная, во много раз эффективнее очищает поверхность, чем обычные салфетки;
• Не оставляет разводов и ворсинок.
По вопросам оптовых поставок:
199034, г. Санкт-Петербург, В.О., 16-я линия, д. 7, оф. 115,
т/ф +7 (812) 327-75-65/66, (812) 328-05-51/61, e-mail: suv@russianjeweller.ru
Срок годности не ограничен. Товар сертифицирован.
реклама

САМОЦВЕТЫ И АЛМАЗЫ РОССИИ

9 - 11 апреля 2009 года

«САМОЦВЕТЫ И АЛМАЗЫ РОССИИ»

драгоценности, украшения, подарки

Москва, Центральный Выставочный Зал “МАНЕЖ”

Проводится под патронатом
Комитета Совета Федерации по природным ресурсам
и охране окружающей среды,
а также при поддержке и участии:
Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации
Организатор: ЗАО ВК ВВЦ «Промышленность и строительство».

В рамках выставки будут представлены:
- Камнесамоцветное сырье
- Ювелирные вставки
- Ювелирные украшения из драгметаллов с драгоценными, полудрагоценными и поделочными камнями
- Изделия из серебра и драгоценности в интерьере
- Изделия и украшения из янтаря
- Изделия из природного камня
- Эксклюзивная бижутерия и предметы туалета
- Геммологическое оборудование
- Сувениры и подарки

В деловой программе выставки:
- Конкурс ювелирного искусства среди молодых дизайнеров

Контактная информация:
Тел. 8-499-760-31-61, 8-499-760-21-89
E-mail: expo-salon@rambler.ru

реклама

FIERA DI VICENZA **2009**
BUSINESS MEETS LUXURY
GOLD / JEWELRY / SILVERWARE / WATCHES / GEMSTONES

First. T-GOLD — january 11-18

about J THE ULTIMATE JEWELLERY EVENT — february 22-24, Milan

Charm GLAMROOM — may 16-20

Choice GLAMROOM — september 12-16

FIERA DI VICENZA

Banca Popolare di Vicenza
Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza

International exhibition of gold, jewelry, silverware, watches and gemstones

T-GOLD:
International exhibition of machines and equipment for gold jewelry and precious metals.
Gemmological instruments.

www.vicenzaoro.org

HANGAR DESIGN GROUP

реклама

С Днем рождения!

8 декабря	Зюрюкин Андрей Михайлович, генеральный директор ООО ТК «Баск-Крин»
9 декабря	Зорина Надежда Ивановна, специалист по маркетингу отдела маркетинга и сбыта РАУП «Гомельское ПО «Кристалл»
14 декабря	Скурлов Валентин Васильевич, научный редактор журнала «Антикварное Обозрение», эксперт Министерства культуры РФ
16 декабря	Щедрин Евгений Владимирович, генеральный директор ЗАО «Северная Чернь»
16 декабря	Улин Сергей Арамович, вице-президент АК «Алроса»
19 декабря	Андрияш Александр Евгеньевич, генеральный директор ЗАО «Анлина»
20 декабря	Выходцев Михаил Юрьевич, директор МТД ООО «ЮМО»
27 декабря	Рахманина Светлана Сергеевна, коммерческий директор, «Ювелирный холдинг «Рифеста»
30 декабря	Богомолов Сергей Владимирович, коммерческий директор ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
16 декабря	ООО «Ювелирный завод «Альфа»

Телефон горячей линии: 8 (800) 505 64 52 (звонок по России бесплатный)
www.nikawatches.ru